

Р. Рейгана від першого до останнього його запису під час перебування у Білому Домі. У разі реалізації цього видавничого проекту у розпорядженні дослідників радянської політики адміністрацій Р. Рейгана опиниться у своєму, як слід очікувати, максимальному обсязі унікальне джерело, яке поставить перед ними завдання введення його у науковий обіг, зокрема з метою з'ясування суб'єктивно-особистісного компоненту у політиці Вашингтона щодо Москви у 1980-х рр.

1. Baker James A. The Politics of Diplomacy: Revolution, War and Peace, 1989-1992. – N.Y., 1995. 2. Damm H. At Reagan's Side. – N.Y.,

1989. 3. Gates R. From the Shadows: The Ultimate Insider's Story of Five Presidents and How They Won the Cold War. – N.Y., 1996. 4. Haig A. Inner Circles: How America Changed the World: a Memoir. – N.Y., 1992. 5. Matlock J. Autopsy on an Empire: the American Ambassador's Account of the Collapse of the Soviet Union. – N.Y., 1995. 6. Mees E. With Reagan: the Inside Story. – Wash., 1992. 7. Nitze P. From Hiroshima to Glasnost: at the Center of Decision: a Memoir. – N.Y., 1989. 8. Shultz G. Turmoil and Triumph: My Years as Secretary of State. – N.Y., 1993. 9. Speaks L. Speaking Out: the Reagan Presidency From Inside the White House. – N.Y., 1989. 10. The Reagan Diaries. – N.Y., 2007. 11. Мэтлок Дж. Рейган и Горбачев: как закончилась "холодная война"... и все выиграли. – М., 2005. 12. Рейган Р. Жизнь по-американски. – М., 1992. 13. Хейг А. Предостережение: реализм, Рейган и внешняя политика: Пер. с англ. – М., 1985.

Надійшла до редколегії 12.10.08

В. Разіцький, асп.

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА США В ХХ ст.: СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК

У статті зроблена спроба проаналізувати внутрішні та зовнішні фактори, які сприяли зародженню й розвитку пропаганди США за кордоном та її трансформацію в інструмент зовнішньої політики.

In the article author tries to analyze the internal and external factors, which favored the rise and development of the foreign propaganda of the USA and its transformation into the instrument of the foreign policy.

На час закінчення Другої світової війни у Сполучених Штатах були всі підстави для здобуття лідерства в світі. Більшість науковців справедливо називають потужну політичну, економічну та військову систему країни в цей час, як необхідні умови для домінування США на міжнародній арені. Безперечно, значення цих факторів для встановлення домінування у світі важко недооцінити, проте в умовах середини ХХ ст. цього було не достатньо, адже даний період характеризується початком "холодної війни", коли людство зіткнулося з реаліями існування ядерної зброї у двох супротивних військово-політичних блоків, очолюваних США та СРСР. На практиці це означало істотно обмежену можливість застосування традиційних важелів впливу (політичних, економічних та військових) на уряди інших країн для досягнення своїх цілей. Таким чином, в реаліях середини ХХ ст. для того, щоб відігравати провідні ролі в світі, США змушені були шукати додаткові інструменти реалізації зовнішньої політики. Одним із таких важелів стає пропаганда, яка набуває статусу урядової політики.

Проблема розвитку урядової пропаганди США за кордоном є досить дискусійною у зарубіжній та вітчизняній історіографії. Особливу роль їй надавали в роки "холодної війни", коли ідеологічний фактор відігравав одну з провідних ролей в радянсько-американському протистоянні. Довгий час центральними об'єктами наукової дискусії залишалися дата початкового відліку американської пропагандистської діяльності за кордоном та основні її цілі. При цьому головну проблему створювало надзвичайно широке трактування поняття пропаганда, що часто було причиною взаємного непорозуміння між істориками [7; 10; 20]. Насамперед, не існувало будь-якої межі між пропагандою в середині країни, та за її межами, або урядовою пропагандою, та приватною, керованою пересічними зацікавленими громадянами. Тому в багатьох випадках основним недоліком вітчизняних та зарубіжних наукових праць, присвячених проблемі розвитку американської інформаційної політики, є відсутність чіткої, усталеної термінології, що не рідко призводило до помилкових висновків.

Радянські дослідники зосереджували свої зусилля головним чином на вивченні всіх негативних наслідків проникнення американського капіталу за кордон, що власне й вважалося відправною точкою пропагандистської діяльності США [1; 5]. Таким чином інформаційна політика США не стільки вивчалася, скільки критикувалася. У свою чергу американські дослідники наголошували на тому, що підґрунтя для поширення ідей сво-

ди у світі готувалося практично від початку здобуття Сполученими Штатами незалежності, але це не мало ніякого відношення до пропаганди, адже громадяни США робили не що інше, як виконували свою "місію в світі по християнізації та демократизації народів" [3; 11; 19].

Сучасна зарубіжна історіографія більш схильна вважати, що американська урядова пропаганда бере свій початок з років Першої світової війни, коли для виконання цих функцій указом Президента В. Вільсона було створено Комітет громадської інформації [7; 9; 10].

На сьогодні проблема становлення американської пропаганди за кордоном потребує додаткового вивчення на основі чітко встановленої межі між урядовою та громадською діяльністю в даній сфері. Тому метою статті є з'ясувати внутрішні та зовнішні фактори, які сприяли зародженню й розвитку пропаганди США за кордоном та її трансформацію в інструмент зовнішньої політики.

В якості пропагандистської діяльності американського уряду за кордоном автор статті пропонує вживати термін інформаційна політика, яка означає ціленаправлені дії уряду у сфері зовнішньої політики, які виходять за рамки традиційної дипломатії і мають справу із поширенням певної інформації за кордоном легальним і не легальним шляхом з метою впливу на розум, емоції та дії місцевого населення і включають в себе елементи громадської дипломатії, громадських відносин та психологічних операцій.

Розвиток інформаційної політики США відбувається поряд із складними внутрішніми процесами в країні. Одним із перших чинників, що сприяли зародженню інформаційної політики в Сполучених Штатах, було унікальне географічне розміщення та багаті природні ресурси країни, які стали каталізатором для розвитку індустрії [19, р. 585]. ХІХ ст. характеризується тим, що виробництво почало значно перевищувати попит в США, внаслідок чого виникла потреба проникнення на зовнішні ринки. Це було потужним стимулом для розвитку інформаційної політики, який спочатку відбувався на основі вільної громадської ініціативи, адже в якості перших американських пропагандистів виступали релігійні організації, торговельні кола та бізнесмени, які підготували ідеологічне підґрунтя для зовнішньої експансії США і розробили багато ефективних методів поширення інформації – початкову базу для побудови потужної пропагандистської машини. В одній із своїх статей Держсекретар Сполучених Штатів Дж. Ф. Даллес вдало зазначив, що "від самого початку виникнення США їх громадяни щиро вірили, що вони мають місію в світі

поширювати свободу та християнське віровчення. Але в той самий час вважали, що для їхнього уряду краще не втягуватися у міжнародні справи" [11, р. 25]. Що стосується місіонерської ідеї США, то її активно підтримували дві потужні економічні сили в країні – промисловці та фермери, які були зацікавлені у зовнішньоекономічній експансії і мали значний вплив на уряд. Наскільки представникам американського бізнесу вдалося об'єднати американську місіонерську ідеологію зі своїми економічними інтересами, можна вже судити із прощальної промови Дж. Вашингтона [12, р. 70-78] та першої іногураційної промови Т. Джеферссона, [18, р. 79-82] у яких вони звертали увагу на потребу розширення зовнішніх торговельних зв'язків і, у той самий час, зберігати обмеженими політичні контакти.

На кінець XIX ст. американська промисловість займала провідне місце в світі, що на порядок денний поставило потребу в нових джерелах сировини, яких тепер не вистачало на американському континенті, захищеному Доктриною Монро [13, р. 97-100]. В такому випадку одних приватних зусиль було замало, аби повністю забезпечити інтереси американського бізнесу і тому відбувається встановлення тіснішої співпраці уряду із діловим світом країни, яке знайшло свої прояви у початку американського експансіонізму та пов'язану з цим активізацію інформаційних зусиль.

Хоча як це не парадоксально звучить, але американський експансіонізм не тільки не суперечив політиці ізоляціонізму, але й навпаки – доповнював її, і тут вирішальну роль відігравали певні елементи інформаційно-культурної політики. Необхідно було лише знайти спосіб забезпечення економічних інтересів США, при якому політичні зв'язки з іншими країнами були б дуже обмеженими, або й взагалі відсутніми, власне чого й вимагала політика ізоляціонізму. Постановка такого завдання підштовхнула уряд США до вироблення нової та на той час унікальної стратегії у міжнародних справах, яка власне й базувалася на ідеї виконання Америкою "особливої місії" в світі по поширенню демократії, основу якої становили економічний та інформаційно-культурний елементи. Поширення демократії закордоном не потребувало особливих зусиль уряду США, що власне й відповідало американській традиції індивідуалізму (оскільки здійснювалося приватними громадянами на їхній власний розсуд) та не виходило за рамки політики ізоляціонізму. Цю роботу виконували переважно торгові кола країни, бізнесмени та релігійні місіонери при незначній державній підтримці (зокрема консульських служб Держдепартаменту). В результаті "до середини XIX ст. американські місіонери мали свої представництва в Бомбеї, Мадрасі, Мадурі, Цейлоні, Борнео, Сіамі, Сінгапурі, на Гавайських Островах, в Китаї, Бірмі, Індії, тощо" [5, с. 25-26]. На американські кошти засновувалися закордоном школи, бібліотеки, релігійні громади, які були знаряддям для пропагування англосаксонських морально-етичних та культурних цінностей. При цьому слід зазначити, що лише завдяки фінансовій підтримці американського бізнесу стало можливим існування місії за кордоном та опікування ними лікарень, шкіл, тощо... Торговельні фірми брали на себе витрати, пов'язані з поїздками місіонерів як з розвідувальними, так і з релігійними цілями [5, с. 27]. Для місіонерів різного ґатунку важливо було пристосувати іноземців до своїх традицій, високих соціальних стандартів, матеріальних та культурних цінностей, щоб у місцевих народів з'явилося бажання досягти цього, що можна було зробити, як стверджували американці, лише наступуючи їхній шлях розвитку.

На початку XX ст. іноземні оглядачі неодноразово звертали увагу на стрімке зростання у світі популярнос-

ті американського способу життя. Громадяни США, які на той час вже насолоджувалися матеріальними статками, високим рівнем життя та спрощеною від пережитків минулого культурою, стали об'єктом заздощів багатьох людей за кордоном [7, р. 49]. Завдяки активній діяльності американських місіонерів люди закордоном познайомилися з кінопродукцією, автомобілями та радіопрограмами Сполучених Штатів, "які тепер стали єднати американців з іншими народами світу" [9, р. 3].

Отже, можна зробити висновок, що рубіж XIX-XX ст. ознаменував появу в міждержавних стосунках США багатьох рис інформаційної політики. Звичайно, було б перебільшенням твердити, що це була, власне, інформаційна політика у своєму класичному варіанті (якою її можна вважати після закінчення Другої світової війни), адже в даному випадку її можна напряму основною перешкодою залишалися міцні підвалини принципів індивідуалізму та вільної приватної ініціативи – базові елементи традиційного американського життя, які певною мірою перешкоджали першим спробам уряду застосовувати на практиці інформаційну політику. На послаблення цих елементів було витрачено майже половину століття зусиль прихильників ідеї світової гегемонії США і першим, хто зробив вагомий внесок у цю справу, був Президент Вудро Вільсон (1912-1919 рр.).

Президент Вільсон не тільки продовжив політику своїх попередників Т. Рузвельта і В. Тафта у сфері зовнішньої експансії, але й ширше обґрунтував використання у ній інформаційно-пропагандистського елементу як необхідної допоміжної міри для досягнення поставлених цілей. Геній Вільсона полягає у тому, що йому вдалося "поєднати закони історії і необхідність ринків з волею Господа" [3, с. 56]. Вільсон неодноразово стверджував, що "обов'язок і призначення Америки взяти на себе справедливу долю тягаря білої людини", за що деякі дослідники охарактеризували цю сторону його зовнішньої політики як "місіонерську дипломатію" [3, с. 54].

Практичному втіленню в життя ідей Вільсона сприяла світова війна, яка є "рідкісною можливістю виконати завдання, що вимагають національної єдності та мобілізації – ідеальна умова для реорганізації місцевих справ" [7, р. 75]. Велика війна та втягнення в неї США посприяло розширенню повноважень американського уряду. Як зауважив американський історик Пейдж Сміт, "війна допомогла знищити міф про права штатів і разом з цим й розуміння, що приватна ініціатива була значно важливішою за урядові акції" [14, р. 739]. Широкомасштабні військові дії в Європі служили підтвердженням ідей Вільсона та його попередників, що необхідно замінити систему міжнародних відносин Старого світу більш досконалим новим світовим порядком, побудованим на основі демократії, рівних можливостей, самовизначення націй та колективній безпеці. Щоб втілити цю ідею в життя, необхідно було не тільки донести її до населення країн всього світу, але й зробити рішучий крок у справі якнайшвидшого завершення світової війни. Це власне й послужило приводом для використання американським урядом інформаційної політики як засобу впливу на громадську думку воюючих та нейтральних держав.

З метою проведення інформаційно-пропагандистської компанії указом президента 13 квітня 1917 р. було створено Комітет громадської інформації (CPI). Перші

кроки в даному напрямку були зроблені ще самим Вільсоном з його відмінним володінням мистецтвом ораторства. Завдяки таланту красномовства він досить швидко став рупором Союзників. Підкреслюючи цю особливість, радник і близький товариш Вільсона полковник Хауз зокрема зазначив: "...Якщо ви (пане президент) не будете спрямовувати ліберальне мислення союзників і керувати ним, то це взагалі не буде зроблено" [6, с. 97]. Виступаючи 2 квітня 1917 р. перед обома палатами Конгресу, президент, обґрунтовуючи необхідність вступу США у війну, наголошував, що "нашою метою зараз є захистити принципи миру і правосуддя у світі від егоїстичних і автократичних урядів... Ми боротимемося за речі, які завжди носили найближче до серця – за демократію, за права і свободи малих націй, за переважання у світі права при такій домовленості вільних народів, яка принесе мир та безпеку для всіх націй і зробить врешті сам світ вільним" [21, р. 148-152]. В такому ж дусі було звернення Вільсона до нації з приводу вступу країни у війну 15 квітня 1917 р., у якому він зокрема зазначив, що "ми боремося за те, у що віримо – за права людства, за майбутній мир і безпеку в світі" [16].

З Комітету громадської інформації, який очолив Дж. Кріп, щоденно йшов потік військової літератури, видавався "Офіційний Бюлетень Сполучених Штатів", мільйони памфлетів "Червоної, Білої і Синьої" серій, серії "Військова інформація", тощо [8, р. 113]. Кріп включив у роботу Комітету громадської інформації майстрів усного і друкованого слова, письменників і професорів, художників і карикатуристів, артистів і памфлетистів. У своїй діяльності працівники СІР поєднували рекламну техніку із розумінням людської психології, що було вперше зроблено в історії США, коли уряд був причетний до поширення пропаганди в такому великому масштабі [10]. Закордонна діяльність Комітету ознаменувала появу в США інформаційної політики, яка поступово еволюціонувала у досконале мистецтво поширення інформації. За кордоном, під час війни, були відкриті філіали СІР, працівники яких займалися пропагуванням програми Вільсона по створенню нового світового порядку. Аероплани і аеростати щодня розкидали в тилу ворога десятки тисяч американських листівок, в яких розповідалося про проголошені Вільсоном цілі війни, яка велася "не проти німецького народу, а проти прусського імлітаризму" [4, с. 92]. Для переправлення на ворожу сторону американських листівок також використовували спеціальні 75-міліметрові снаряди. Пропаганда на фронтах світової війни називалася бойовою пропагандою і була зосереджена на трьох основних цілях: підтримання морального духу своїх та союзних військ, підриг моральному духу у ворожих військах, здобуття підтримки нейтральної аудиторії, яка б відмовилася від підтримки ворога.

Для поширення ідей Вільсона серед населення союзницьких країн уряд США за свій рахунок відправляв у Європу різних посланників, лідерів профспілок, редакторів друкованих видань, тощо. Важливим досягненням американських пропагандистів було залучення мистецтва громадських відносин до справи поширення інформації за кордоном. З цього часу громадські відносини (PR) стали невід'ємною складовою інформаційної політики США.

В руслі американської інформаційної політики багато дослідників розглядають знамениті "14 пунктів" Вільсона [15, р. 153-156], які "були базовим елементом війни в інформаційному просторі, що дала можливість союзникам перемогти у 1918 р." [17, р. 180]. Вільсон продовжував активно застосовувати пропаганду навіть після завершення військових дій, зокрема на Паризькій мирній конференції. Після прибуття до Парижу першим офіційним кроком Вільсона у сфері інформаційної полі-

тики була організація громадської думки. Американський уряд робив все можливе, аби полегшити всім журналістам переїзд у Париж [2, с. 145]. Завдяки цьому лише зі США у Париж прибуло біля 150 журналістів, які виступали там в якості допоміжної сили, підтримуючи завдяки своїм інформаційним бюро, газетам і журналам безпосередній зв'язок з усіма куточками планети [2, с. 142].

Таким чином, Перша світова війна стала відправною точкою для втілення в життя інформаційної політики США. І хоча перша практика пропагандистської діяльності американського уряду була досить короткою, вона дала вагомий результат, усвідомлення яких почалося лише з кінця 30-х рр., коли агресивні дії на міжнародній арені фашистської Німеччини з Італією та мілітаристської Японії змусили керівництво Сполучених Штатів захищати свої інтереси за межами власної території. Певні здобутки інформаційної політики адміністрації Вільсона можна було відразу помітити. Як зазначив Пейдж Сміт, "після закінчення війни США отримали позитивний імідж у світі (чого не мали до війни), як сама демократична, чиста серцем, розумом і могутністю країна" [14, с. 578]. Врешті рещт, остаточна оцінка в даному питанні була зроблена американцями під час Другої світової війни та по її завершенні, коли США постали перед гострою необхідністю в інформаційній політиці як засобу боротьби з державами Вісі Рим-Берлін-Токіо та стримування поширення комунізму в світі.

Включення інформаційної політики до складу американської зовнішньополітичної стратегії можна розглядати як феномен в історії США. Розвиток цієї сфери урядової діяльності був досить складним і довгий час залежав виключно від внутрішніх суспільно-політичних та економічних процесів в державі. На відміну від решти провідних країн світу, в яких пропагандистська діяльність здавна вважалася урядовою прерогативою, у Сполучених Штатах, починаючи з кінця XVIII ст., цим видом діяльності займалися виключно особи із не державних установ – торгівельні кола країни, бізнесмени та релігійні місіонери. Внаслідок цього в Америці склалася своєрідна традиція, яка забороняла урядові займатися пропагандистською діяльністю як в середині країни, так і за кордоном. І лише зовнішня загроза інтересам США в роки Першої світової війни змусила американців порушити цю традицію, що на практиці означало зелене світло для використання урядом пропаганди за кордоном.

Характерною особливістю інформаційної політики Сполучених Штатів є те, що вона увібрала в себе елементи світської та релігійної пропаганди. Внаслідок цього було створено універсальний метод формування громадської думки за кордоном, сприятливої інтересам США. Органічне поєднання світського та релігійного елементів у рамках єдиної інформаційної політики дало можливість американському уряду ефективно застосовувати пропаганду в усіх частинах світу, не залежно від національного складу, релігійних переконань та культурних особливостей місцевих народів.

1. Абдуллаев З. З. Начало экспансии США в Иране. – М., 1963. 2. Беккер Стэарт. Вудро Вильсон. Мировая война. Версальский мир. Перевод Карасика А. П. – М.-П.: Гос. Изд., 1923. 3. Вильямс В. Э. Трагедия американской дипломатии. – М. Изд. ИМО., 1960. 4. Меморандум Уайзмана относительно военной политики Вильсона. 1 февраля 1928 г. // Хауз Едуард. Архив полковника Хауза. Т. 3 – М. Соцэкиз., 1937. 5. Мурадян А. А. Американские миссионеры в странах Дальнего Востока, Юго-Восточной Азии и Океании в XIX веке. – М.: "Наука", 1971. 6. Письмо Хауза президенту. Нью-Йорк, 30 мая 1917 г. // Хауз Едуард. Архив полковника Хауза. Т. 3 – М. Соцэкиз., 1937. 7. Akira Iriye. The Cambridge history of American foreign relations. Volume III. The Globalizing of America 1913-1945. – Cambridge University Press. – 1993. 8. Canfield H. Leon. The Presidency of Woodrow Wilson: Prelude to a World Crisis. – Rutherford: Fairleigh Dickinson Univ. Press., 1966. 9. Carroll M. John, George C. Herring. Modern American diplomacy. – Wilmington, Scholarly Resources Inc. – 1996. 10. Delwiche Aaron. Of Fraud and Force

Fast Woven: Propaganda during the First World War. Copyright, 11 August 2001 // www.firstworldwar.com. 11. Dulles John F. Challenge and response in United States policy // Foreign Affairs. – 1957. – Vol. 36., №1. 12. George Washington's Farewell Address, September 17, 1796 // Morris, Richard B. Basic documents in American history. – Princeton: Van Nostard co., 1965. 13. Monroe Doctrine, December 2, 1823 // Morris, Richard B. Basic documents in American history. – Princeton: Van Nostard co., 1965. 14. Page Smith. America Enters the World: a people's history of the progressive era and World War I. – Harmondsworth: Penguin books, 1991. Vol. 7. 15. President Woodrow Wilson's 14 Points, January 8, 1918 // Morris, Richard B. Basic documents in American history. – Princeton: Van Nostard co., 1965. 16. President Woodrow Wilson Proclamation to the

American People on 15 April 1917 // Source Records of the Great War, Vol. V, ed. Charles F. Horne, National Alumni 1923 // www.firstworldwar.com. 17. Seymour Charles. Woodrow Wilson in perspective // Foreign Affairs. – 1956. – Vol.34., №2. 18. Thomas Jefferson's First Inaugural, March 4, 1801 // Morris, Richard B. Basic documents in American history. – Princeton: Van Nostard co., 1965. 19. Varga E. Anglo-American rivalry and partnership // Foreign Affairs. – 1947. – Vol.25., №4. 20. Williams William Appleman The Contours of American History. – Cleveland, World Pub.Co. – 1961. 21. Wilson's War message, April 2, 1917 // Morris, Richard B. Basic documents in American history. – Princeton: Van Nostard co., 1965.

Надійшла до редколегії 12.10.08

М. Сайчук, асп.

АДМІНІСТРАЦІЯ ПРЕЗИДЕНТА США Р.РЕЙГАНА І ГАЗОПРОВІД ЗАХІДНИЙ СИБІР – ЄВРОПА

В статті досліджено формування позиції адміністрації президента Рональда Рейгана щодо проекту радянського трансконтинентального газопроводу Уренгой – Помари – Ужгород та заходи, вжиті для зриву цього будівництва. Зважаючи на велике політичне значення, яке надавали у США цьому газопроводу, проаналізовані результати американської політики щодо цього проекту.

The article deals with the issue of forming of the R.Reagan's administration approaches as to the Soviet transcontinental gas pipeline project Urengoy – Pomary – Uzhgorod and the efforts to disrupt this construction. Considering the great political significance in the USA the outcomes of the American policy towards this project are analyzed.

Тема закінчення Холодної війни нерозривно пов'язана з проблемами розпаду СРСР, тому викликає значну зацікавленість дослідників. Цим подіям передували спалахи радянсько-американського протистояння у 1-й половині 1980-х рр., котрий прямо пов'язаний з діяльністю адміністрації президента США Рональда Рейгана, яка цілеспрямовано втілювала в життя низку своїх програмних документів, де викладалися різні аспекти зовнішньополітичної стратегії американської влади. Історики, політологи та публіцисти називають ці документи узагальнюючим терміном "доктрина Рейгана". Вона означала політику глобального стримування СРСР у поєднанні з цілеспрямованими діями по підризу його внутрішньої стабільності, економічного потенціалу та військової потуги.

Взагалі термін "доктрина Рейгана" належить неоконсервативному журналісту Ч.Краутхаммеру, який так назвав свою замітку в часопису "Time" про секретну політику Рейгана щодо підтримки антикомуністичних опозиційних рухів у "Третьюму світі". [17; с. 54] Однак Краутхаммер звужував своє розуміння цієї зовнішньополітичної концепції тільки таємним втручанням адміністрації Рейгана до війн в Афганістані, Нікарагуа, Анголі та Кампучії. Насправді ж стратегія Рейгана була значно ширшою, хоча Краутхаммер навесні 1985 р., звичайно, не міг про це знати. Тим не менше, саме Краутхаммер залишається винахідником цього терміну, котрий отримав широкий вжиток серед політиків та істориків. Про це свідчить офіційний біограф Рейгана Луї Кеннон, одночасно уточнюючи, що в жодній з понад двох сотень директив Ради Національної Безпеки США, підписаних Рейганом, такий термін не вживається. [10; с. 372]

Виходячи з цього, дослідники розуміють під умовною назвою "доктрина Рейгана" всі стратегічні документи, підписані президентом Рейганом, де визначаються концептуальні засади зовнішньої політики США. В практичній площині адміністрація Рейгана відокремлювала три цілі: стримування СРСР, сприяння демократичним змінам в радянському суспільстві та досягнення угод, які відповідають інтересам США. Вони конкретизувалися в різноманітних рішеннях, що деталізували шляхи досягнення цих цілей. Зокрема, стримування СРСР відбувалося такими шляхами.

По-перше, це обмеження політичного впливу СРСР в країнах "Третьюму світу" шляхом надання військової та фінансової підтримки непримиримим рухам опору в

країнах, де вони існували (Афганістан, Нікарагуа, Ефіопія, Ангола, Кампучія, Лаос та інші).

По-друге, це обмеження політичного впливу СРСР у країнах Східної Європи шляхом надання політичної та фінансової підтримки антикомуністичним організаціям та рухам.

По-третє, це стримування СРСР шляхом досягнення військової переваги над його збройними силами завдяки новій гонці озброєнь та загостренню міжблокового протистояння у Європі.

По-четверте, це стримування СРСР шляхом дестабілізації його економіки завдяки нанесенню "ударів" по слабких місцях радянського народногосподарського комплексу. Такими "ударами" вважалися обмеження і загальне подорожчання західних кредитів для СРСР, припинення радянського доступу до сучасних західних технологій, перешкоджання проектам експортування з СРСР природного газу на Захід, провокування перевитрат ресурсів у СРСР на економічні проекти, доозброєння та підтримку союзників.

У тій частині економічного блоку "доктрини Рейгана", де йдеться про заходи з обмеження доступу СРСР до технологій, необхідних для розвитку радянського паливно-енергетичного комплексу (ПЕК), а також валютних надходжень СРСР від експорту його енергоносіїв, ми можемо говорити про існування окремого енергетичного аспекту "доктрини Рейгана". Його відокремлення в самостійний напрям американської зовнішньої політики часів Рейгана було спричинено тією винятковою роллю, яку відіграв ПЕК у радянській економіці. Зокрема, тим, що він виступав головним джерелом валютних надходжень до СРСР. Символом стратегії адміністрації Рейгана у цій сфері стала її протидія проекту газопроводу Уренгой – Помари – Ужгород – Західна Європа. Він більше відомий на Заході як газопровід Західний Сибір – Європа.

Винятково важливе для радянської економіки значення ПЕК взагалі, і нафтогазової промисловості зокрема, було підкреслено американськими аналітиками ще в 1977 р. Тоді ЦРУ надало оцінку, згідно якої видобуток нафти в СРСР досяг свого максимуму і в середині 1980-х рр. слід очікувати на його спад. Також ЦРУ чітко ідентифікувало наявність зв'язку між радянським видобутком нафти і експортом відповідних технологій та обладнання з США. Йшлося про широкий спектр предметів експорту від бурових доліт до складного обладнання для сейсмічної розвідки. Заборона на цей экс-