

"Мягкая сила" в мировой политике: проблема измерения и оценки

Научный руководитель – Романов Владимир Викторович

Мишукова Анна Николаевна

Студент (магистр)

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия

E-mail: annamish987@gmail.com

Концепция «мягкой силы», впервые сформулированная Дж. Наем, на сегодняшний момент представляет собой важный компонент в теории международных отношений. За почти тридцать лет существования данный концепт подвергался критике, приобретал сторонников и ярых оппонентов. Важно заметить, несмотря на длительную дискуссию вокруг «мягкой силы», концепция остается во многом не вполне ясной, не является окончательно сформулированной теорией.

Ряд сложностей обнаруживается уже при попытках экспликации, измерения «мягкой силы», оценки ее эффективности; без конкретных ответов на данные вопросы проблематично говорить о трансформации данной концепции в реально эффективный инструмент мировой политики.

Популярность данного концепта говорит о том, что экспертное сообщество, политики стремятся осмыслить данное явление и применить инструменты «мягкой силы» на практике для изменения или конструирования выгодной международной среды [7].

В связи с этим актуальной является проблема эффективности данного вида силы. Для обоснования необходимости финансирования программы (одного из инструментов «мягкой силы») важно оценить, насколько выбранное направление целесообразно, соотносятся ли траты с возможными результатами?

Оценка эффективности «мягкой силы» весьма проблематична. Дж. Най отмечает, что роль данного вида силы сложна в использовании, результаты возможно увидеть спустя годы. Значительное количество ресурсов «мягкой силы» вне контроля государственных органов, но использование ресурсов «жесткой силы» может полностью уничтожить имидж государства [6].

Несмотря на ряд сложностей, измерение и эффективность остаются актуальными для исследовательского сообщества. Самый распространенный метод анализа «мягкой силы» на сегодняшнем этапе - сравнительный [1]. С каждым годом растет количество международных рейтингов и исследований «мозговых центров» на основе сравнительного метода анализа и т.д., которые дают возможность увидеть внешнеполитическую деятельность государства сквозь призму «мягкой силы».

Индексы «мягкой силы» формируются чаще всего по общей схеме. Совокупный итоговый показатель определяется исходя из значений частных измерений отдельных аспектов исследуемого феномена «мягкой силы». Величина каждого из компонентов определяется суммой значений включенных в них индикаторов. Исследователи «мягкой силы» стараются абстрагироваться от опроса респондентов и все чаще в своих работах опираются на количественные данные. В качестве таковых выступают международная статистика, базы данных международных неправительственных организаций, авторитетные издания и результаты специализированных исследований [1].

Международные консалтинговые компании, создающие рейтинги брендов стран, принимают участие в создании успешной маркетинговой стратегии государства, цель которого - позитивный внешнеполитический имидж. Автор концепции национального брендинга С.

Анхольт создает обзор брендов стран и оказывает консультационные услуги правительствам государств.[3] Представляется важным перечислить наиболее известные рейтинги и исследования, относящиеся к «мягкой силе»: «Мягкая сила 30» [8], Индекс «мягкой силы» для стран с быстроразвивающимися рынками (компания «Ernst&Young»), Индекс национальных брендов (Анхольт С. и консалтинговая компания «Gfk») [5], Индекс национальных брендов (от компании «Future brand») [4].

Несмотря на постоянный выпуск исследований на данную тему, зачастую они носят субъективный характер, и вопрос оценки эффективности остается открытым. Рейтинги демонстрируют примечательный факт, что даже значительный арсенал ресурсов «мягкой силы» у государства не гарантирует высоких результатов. Широкий диапазон рейтингов дает возможность оценки позиции государства на международной арене, что способствует корректировке внешнеполитического курса в соответствии с реалиями международных отношений. Стоит заметить, что влияние ряда факторов (в том числе «жесткой силы», экономических санкций и т.д.), а также субъективность исследований «мягкой силы» значительным образом затрудняют оценку эффективности.

Источники и литература

- 1) Песцов С.К., Бобыло А.М. Мягкая сила в мировой политике: типология подходов к измерению и оценке // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2015. №3 (31).
- 2) Харитонов Е.М. Эффективность «мягкой силы»: проблема оценки // Мировая экономика и международные отношения, 2015, № 6, С. 48-58.
- 3) Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation. Springer, 2016.
- 4) Country brand index 2017. <https://www.futurebrand.com/country-brand-index>
- 5) Nation Brands 2017. <http://nation-brands.gfk.com>.
- 6) Nye J. When Hard Power Undermines Soft Power. New Perspectives Quarterly, 2004, vol. 21, no. 3, pp. 13-15. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-5842.2004.00673.x/abstract>
- 7) Pamment J. Articulating influence: Toward a research agenda for interpreting the evaluation of soft power, public diplomacy and nation brands. Public Relations Review, volume 40, Issue 1, 2014. P. 50–59. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811113001975>
- 8) The Soft Power 30: Report 2017. [Электронный ресурс]// USC Center on Public Diplomacy. <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf>