

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ “МЯГКОЙ СИЛЫ”: ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ

© 2015 г. Е. Харитонова

*Последние годы отмечены повышенным интересом исследователей и лиц, принимающих решения, к оценке и измерению “мягкой силы”. В данной статье разбираются причины роста этого интереса; анализируются и классифицируются международные рейтинги, ранжирующие страны по показателям, относящимся к “мягкой силе”; дается характеристика аналитических центров, публикующих эти рейтинги. Рассматривается также вопрос о предмете оценки таких рейтингов.*

*Ключевые слова:* “мягкая сила”, внешнеполитическая экспертиза, оценка эффективности “мягкой силы”, рейтинги “мягкой силы”, аналитические центры, Джозеф Най, (ре)брендинг, ИМЭМО РАН.

*Статья поступила в редакцию 06.02.2015.*

В последние годы концепция “мягкой силы”, предложенная американским политологом Джозефом Наем [1], приобретает все большую популярность. Противопоставленная “жесткой силе” и основанная на привлекательности или привлекательном имидже государства, “мягкая сила” представляется альтернативным инструментом решения внешнеполитических задач, часто более предпочтительным, чем военные или экономические методы. К тематике “мягкой силы” в своих исследованиях обращаются специалисты-международники и политические деятели государств мира. Так, необходимость работы для наращивания “мягкой силы” страны отмечена в Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной 12 февраля 2013 г. Президентом РФ [2]. Палата лордов Великобритании в парламентскую сессию 2013–2014 гг. создала Комитет по “мягкой силе” и влиянию страны, который провел общественные слушания и подготовил доклад, содержащий рекомендации правительству [3].

Дж. Най определяет “мягкую силу” как способность государства достичь желаемого не путем принуждения, а с помощью убеждения, основанного на привлекательности внешней политики, культуры и национальных ценностей. Он также предлагает концепцию “умной силы”, сочетающей “мягкий” и “жесткий” подходы [4]. Исследователи часто упоминают в этой связи

Хилари Клинтон, которая во многом способствовала популяризации этого термина [5]. Х. Клинтон, которую многие видят следующим президентом США, и сейчас использует словосочетание “умная сила”, например, при чтении лекций в американских университетах [6]. Можно с уверенностью утверждать, что концепции “мягкой” и включающей ее “умной” силы сегодня прочно обосновались как в научной литературе, так и в политической риторике.

Выдвинув концепцию “мягкой силы”, Дж. Най не считает последнюю чем-то новым в практике международных отношений. Он констатирует, что лишь вводит в употребление удобный термин для описания реальностей, существующих достаточно давно. Однако возросшая популярность этого термина в последние годы по всему миру говорит о том, что эксперты-международники и политики стремятся глубже осмыслить описываемую с его помощью действительность и понять, каким образом лучше применять “мягкую силу” для изменения и формирования более подходящей для их страны внешней среды.

США являют собой наиболее показательный пример использования активной внешней политики, основанной на внешнеполитической экспертизе и предполагающей активное моделирование благоприятной внешней реальности, и лидируют в данном отношении [7]. В то же время и в других странах, в том числе и в России, стремятся применять предлагаемую Дж. Наем концепцию, проанализировать факторы, приводящие к успеху или неудаче при ее применении, и с помощью

ХАРИТОНОВА Елена Марковна, младший научный сотрудник ИМЭМО РАН, РФ, 117997 Москва, ул. Профсоюзная, д. 23 (ekharit@imemo.ru).

“мягкой силы” улучшить среду международных отношений для своего государства. Так, профессор Фуданьского университета (Китай) Су Чангхе указывает на то, что в последнее десятилетие у него на родине “мягкая сила” – одна из наиболее часто обсуждаемых и используемых политических и социальных концепций [8, p. 556].

В связи с этим вопросы оценки эффективности “мягкой силы” неизбежно оказываются в поле зрения специалистов, занятых в сфере внешнеполитической экспертизы. Утверждение точки зрения о возрастающей роли “мягкой силы” в международных отношениях требует осмысления факторов, влияющих на эффективность политики в этой области, порождает стремление измерить ее для того, чтобы в дальнейшем более успешно применять.

### ЗАПРОС НА ОЦЕНКУ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Чтобы обосновать необходимость финансирования той или иной программы, связанной с использованием “мягкой силы”, нужно оценить, насколько эта деятельность плодотворна, то есть насколько результаты соотносятся с поставленными целями и затратами. От этих оценок зависит планирование дальнейшей политики, открытие/заккрытие тех или иных проектов, объем выделяемых на них ресурсов. В первую очередь министерства иностранных дел, дипломатические и торговые представительства за рубежом, различные агентства (например, по развитию и международному сотрудничеству) неизбежно сталкиваются с необходимостью оценки эффективности своей работы и деятельности подотчетных им организаций и партнеров.

В частности, в докладе о результатах деятельности за 2014 г. Федерального агентства по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество) в качестве основной задачи на этот период времени указано повышение эффективности государственного управления в области международного сотрудничества [9, с. 1]. А эта организация – ключевой российский игрок в области применения “мягкой силы”. Двумя годами ранее в своем выступлении в Общественной палате К.И. Косачев (на тот момент возглавлявший Агентство) оценил финансирование Россотрудничества как недостаточное для эффективной работы на данном направлении [10]. Понятно, что связь между отдачей от этой работы и объемом финансирования заставляет сотрудников и ру-

ководителей организаций искать пути более или менее объективного измерения эффективности собственной деятельности и доказывать ее необходимость.

С другой стороны, при нынешних проблемах с финансированием социально значимых программ, а также (что особенно актуально сегодня для многих европейских стран и не только для них) при растущем внешнем государственном долге рядовые избиратели зачастую сомневаются в разумности и оправданности расходов на повышение роли “мягкой силы”. Так, в выпущенной в ноябре 2014 г. публикации Комитета по содействию развитию ОЭСР, обобщающей опыт информирования общественности о программах содействия развитию, отмечается, что, согласно опросам, в странах, входящих в данную организацию, все более скептически оценивают эффективность программ международного развития [11, p. 13]. Поэтому лица, принимающие внешнеполитические решения, сталкиваются с растущей потребностью в информировании населения о результативности такой работы, которая является важной составляющей “мягкой силы” государства.

Оценка эффективности также напрямую связана с возможностью прогнозирования: она позволяет предположить, какое влияние “мягкая сила” окажет на экономику, внешнюю и внутреннюю политику государства, использующего эту “мягкую силу”, а также какова будет его роль и влияние в мировой политике в определенный промежуток времени.

### ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТИ К ИЗМЕРЕНИЮ И ОЦЕНКЕ

Оценка эффективности “мягкой силы” является весьма сложной задачей. Сам автор концепции “мягкой силы” Дж. Най отмечал, что, в отличие от военной силы или экономических мер, которые позволяют, в случае успешной реализации, добиваться определенных результатов в некий период времени, “мягкая сила” более сложна в использовании. Ведь многие ключевые ресурсы “мягкой силы” находятся вне контроля государства, а эффект в значительной степени зависит от готовности аудитории воспринять предлагаемые ей культуру или ценности. Более того, Най указывал, что действия, предпринимаемые с помощью “жесткой силы”, могут существенно повлиять на восприятие страны и свести к нулю все достижения силы “мягкой” [12].

Похожей точки зрения относительно оценки эффективности придерживается и британский

политолог, директор аналитического центра под названием Европейский совет по международным отношениям Марк Леонард. Он полагает, что изменения, происходящие со временем в общественном мнении, можно измерить, однако нет никакой возможности точно определить, какой именно фактор или комбинация факторов могли сыграть роль в инициировании этих изменений [13, р. 90].

Ряд авторов обращают также внимание на продолжительность времени, необходимого для появления эффекта от применения “мягкой силы”. Дж. Най пишет о том, что зачастую ресурсы “мягкой силы” работают косвенным образом, создавая среду для реализации той или иной политики, и иногда требуются годы, чтобы добиться желаемых результатов [14, р. 99]. В свою очередь, российский исследователь П.Б. Паршин считает отложенный эффект одним из существенных препятствий для измерения и контроля “мягкой силы” и ссылается на мнение большинства специалистов, что время, требуемое на успешный (ре)брендинг страны, составляет порядка 20 лет [15, с. 22]. Между тем российский теоретик международных отношений М.А. Хрусталева, характеризуя внешнеполитические цели с точки зрения временной иерархии, относит к долгосрочным целям те, достижение которых требует от 5 до 10 лет, а цели со сроками реализации более 10 лет, то есть за рамками обозримого будущего, называют перспективными [16, с. 45]. Таким образом, по аналогии с (ре)брендингом, время реализации целей политики “мягкой силы” может лежать вне обозримого периода и, тем более, – за пределами сроков властных полномочий политических лидеров в демократических обществах.

Учитывая это, один из комитетов палаты лордов Великобритании счел нужным высказать свои рекомендации правительству по использованию “мягкой силы”. В них, в частности, подчеркнута необходимость доносить до британской общественности информацию о работе кабинета в этом направлении и объяснять ей, что часть действий и расходов, связанных с применением “мягкой силы”, может приносить ощутимые и измеряемые результаты только через определенное время, что для выполнения поставленных задач требуются терпение и упорство [3].

В западных странах активно используются различные шкалы эффективности “мягкой силы”, однако эксперты и представители различных ветвей власти, вовлеченные в процесс оценки эффективности государственной политики “мягкой силы”, указывают на недостатки подобных шкал.

Так, в материалах конференции американского “мозгового центра” *RAND Corporation*, посвященной проблеме измерения силы государства (в том числе и “мягкой силы”), отмечается, что есть большое искушение измерить легче всего поддающееся измерению и оставить за скобками более абстрактные, но гораздо более важные факторы [17, р. 24]. Как подчеркивала еще в 1984 г. И.Л. Шейдина, попытки найти количественные мерки для сопоставления силы разных государств будут продолжать предприниматься, но должны вызывать крайне осторожное отношение и восприниматься как один из приемов анализа, а не как путь к истине в последней инстанции [18, с. 55].

### МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЕЙТИНГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ “МЯГКОЙ СИЛЫ”

Несмотря на значительные сложности и противоречия, измерение и оценка эффективности “мягкой силы” остаются актуальной задачей и подходы к ее решению обсуждаются и совершенствуются. Один из широко внедряемых в сегодняшнюю практику подходов – сравнительный. Появляется все больше международных рейтингов и исследований, которые соотносят между собой различные страны по параметрам, характеризующим их “мягкую силу”, а также сопоставляют государства по отдельным направлениям, непосредственно относящимся к “мягкой силе” – таким, как культурное и научное влияние, привлекательность для туристов и/или иммигрантов, притягательность бренда страны и пр. Компаративный подход позволяет судить об успешности внешнеполитической деятельности государств в более широком контексте и изучать опыт наиболее влиятельных с точки зрения “мягкой силы” государств. Исследования, проводящиеся регулярно, также дают возможность отслеживать динамику изменения позиций страны в сравнении с другими государствами как главными субъектами международных отношений и делать выводы о результативности проводимой ими внешней политики.

При этом необходимо отметить и недостатки таких рейтингов. Прежде всего их составителям приходится искать параметры сравнения, позволяющие адекватно сопоставлять между собой государства, имеющие разный экономический потенциал, различные степени политического влияния в мире, обладающие самобытной историей и культурой, другими специфическими чертами.

Среди подобных разработок-сопоставлений, регулярно выпускаемых различными аналитическими центрами, можно отметить как рейтинги, напрямую позиционируемые в качестве рейтингов “мягкой силы”, так и другие исследования, которые, хотя и не имеют в своих названиях термина “мягкая сила”, тем не менее характеризуют факторы, непосредственно к “мягкой силе” относящиеся. В том числе репутацию страны, ее влияние (присутствие) в мире или в каком-то его регионе, государстве, позиции там с точки зрения привлекательности культуры, образования, привлечения иностранных инвестиций и другие важные показатели.

Для оценки значимости и степени объективности того или иного рейтинга важно также представлять, какого рода организации выступают в качестве разработчиков и заказчиков, какими мотивами они руководствуются и каковы источники их финансирования. Сама постановка вопроса о проведении сравнительных исследований и сопоставлении различных стран мира по ряду параметров подразумевает, что такие исследования проводят аналитические центры или “фабрики мысли” (*think tanks*), действующие в ведущих державах мира или даже имеющие транснациональный характер. В складывающейся сегодня глобальной системе “мозговых центров” ведущую роль играют западные (прежде всего американские) аналитические центры [19]. Это утверждение верно и по отношению к аналитическим центрам, составляющим многочисленные рейтинги стран по различным параметрам, относящимся к “мягкой силе”. Поэтому при изучении подобных рейтингов необходимо учитывать, что их составители рассматривают сопоставляемые страны с позиций западной политической культуры и западных ценностей, уделяя внимание, например, таким параметрам, как толерантность или политические свободы, и оставляя за скобками другие показатели, которые могут быть значимыми для незападных культур и цивилизаций.

Можно выделить две основные группы аналитических центров, участвующих в разработке и публикации рейтингов “мягкой силы”, репутации стран мира, брендов стран и пр. К первой относятся аналитические центры в общепринятом понимании этого слова: независимые или государственные, они занимаются политическими исследованиями, в том числе по заказу государственных органов и международных организаций. Это, например, испанский Королевский институт Элькано (*Real Instituto Elcano*) и британская некоммерческая организация Институт управления (*Institute for Government*). Другая группа – коммер-

ческие компании, работающие в сферах брендинга, маркетинга и социологических исследований. Рост интереса к брендингу государств и “мягкой силе” привел к тому, что организации, до этого предоставлявшие услуги бизнесу, теперь рассматривают в качестве потенциальных клиентов и правительства различных стран, выполняя для них работы в сфере связей с общественностью, маркетинга или брендинга.

Компании и консалтинговые группы, составляющие рейтинги брендов или репутации стран, тем самым заявляют о себе как об экспертах в этой области и предоставляют услуги по улучшению репутации или разработке маркетинговой стратегии. Так, автор концепции национального, или странового, брендинга англичанин Саймон Анхольт выпускает обзор брендов стран совместно с германской компанией *GfK* и одновременно предоставляет услуги специалиста по вопросам странового брендинга правительственным структурам более чем 40 стран [20]. Среди клиентов базирующегося в Мадриде агентства *Bloom Consulting*, публикующего собственный рейтинг брендов стран, – государственные туристические и инвестиционные департаменты и агентства Германии, Испании, Польши, Швеции, Австрии и других стран [21]. Принимая во внимание коммерческие интересы компаний, создающих рейтинги государств, можно предположить, что предлагаемые ими исследования имеют высокую степень субъективности, так как их содержание может использоваться в целях развития бизнеса.

В то же время, учитывая многочисленность существующих рейтингов, правительственные чиновники для демонстрации успешности своей работы могут подобрать то исследование, которое более благоприятно для страны, и умолчать о менее благоприятных для себя.

В последнее время, с повышением интереса к тематике “мягкой силы”, брендинга государств и другим смежным направлениям, появляется все больше регулярно публикуемых рейтингов и исследований, каждое из которых обладает своими достоинствами и недостатками. Их разнообразие позволяет в какой-то мере преодолевать слабые стороны, связанные с субъективностью, и получать относительно разностороннее и комплексное видение ситуации.

#### ПРЕДМЕТ ИЗМЕРЕНИЯ

При анализе исследований, рейтингов и методик измерения, а также оценок эффективности “мягкой силы” можно отметить, что выбор раз-

ными исследователями предмета измерения и оценки не всегда одинаков. Если опросы общественного мнения направлены на количественную и качественную оценку узнаваемости и восприятия (в том числе привлекательности) государства в мире, то другие исследования ставят перед собой задачу оценки и измерения ресурсов государства или, по терминологии части исследователей, активов “мягкой силы”. Иными словами, потенциала, которым обладает государство для увеличения своего влияния и повышения своей привлекательности. При этом указанный потенциал (такой, как эффективная система управления, богатое культурное и историческое наследие, достижения в спорте или экологическая политика) совсем не обязательно сам по себе трансформируется в конечный эффект – увеличение влияния и/или повышение привлекательности. То есть не всегда вызывает благоприятное изменение представлений и/или поведения у определенной группы населения другого государства. Так, эксперты Института исследования быстроразвивающихся рынков бизнес-школы СКОЛКОВО отмечают, что успехи страны в бизнесе, защите окружающей среды или поддержании верховенства права необходимо донести до общественности, иначе они не будут способствовать укреплению “мягкой силы” [22]. Такая разность в подходах характерна для рассуждений о любой силе государства и актуализируется при попытке ее измерить, будь то “мягкая”, “жесткая”, “умная” или их сочетание.

К примеру, в материалах конференции *RAND Corporation*, опубликованных в 2005 г. и посвященных проблеме измерения силы государства, в том числе “мягкой силы”, в первую очередь ставится вопрос о предмете измерения. Рассматриваются три уровня силы:

– “сила, имеющаяся в наличии” (*power-in-being*, по аналогии с *forces-in-being*/боеготовые силы) – то есть ресурсы, или возможности, государства;

– инструменты, в которые преобразуются (конвертируются) через государственные институты имеющиеся ресурсы;

– итоговая сила, то есть какое из государств оказывается сильнее в определенных обстоятельствах [17, р. IX].

Таким образом, применительно к измерению “мягкой силы”, а также для изучения рейтингов и сопоставления их между собой необходимо учитывать, что, в то время как объект исследования (“мягкая сила” государства или государств) может быть общим, в качестве предмета исследования и измерения могут выступать разные уровни или

стороны “мягкой силы”. Важно понимать, что именно является предметом измерения и основой для сравнения в каждом случае и, в частности, разграничивать количественную и качественную оценку ресурсов “мягкой силы”, которыми обладает государство, с одной стороны, и понимание степени их реального влияния в мире – с другой. При этом инструменты “мягкой силы”, используемые различными акторами, призваны трансформировать наличный потенциал в реальное влияние. Они (инструменты) могут также являться предметом оценки с точки зрения своей результативности, соответствия полученных результатов заданным целям и экономической эффективности, то есть соотношения расходов на использование определенных инструментов и достигнутых с их помощью результатов.

Исходя из данной дифференциации, можно попробовать классифицировать предпринимаемые попытки измерить “мягкую силу” государства или оценить эффективность ее применения по принадлежности форм их реализации к одной или нескольким из следующих трех групп.

1. Рейтинги и исследования, изучающие потенциал “мягкой силы” как совокупность существующих и меняющихся со временем (в том числе в результате целенаправленных усилий органов власти) характеристик государства. Последние потенциально/теоретически могут являться привлекательными для граждан или отдельных целевых групп населения других стран. Сравнительный подход позволяет сопоставить потенциал различных стран между собой, в том числе по отдельным категориям (например, в области культуры или государственного управления), а также отметить сильные и слабые стороны конкретного государства для выбора наиболее перспективных с точки зрения “мягкой силы” направлений приложения усилий.

2. Прикладные исследования, анализирующие применяемые государством или негосударственными акторами инструменты “мягкой силы” – программы и мероприятия, призванные использовать наличный потенциал “мягкой силы” и оказывать влияние на целевые группы населения других стран для улучшения их отношения к субъекту воздействия. В зависимости от поставленной задачи такие исследования могут быть направлены на количественную или качественную оценку используемых инструментов – в частности, на изучение экономической целесообразности их применения, эффективности употребления с точки зрения масштаба аудитории или оценки ее реакции на те или иные программы. Сравнитель-

ный подход может позволить сопоставить между собой различные инструменты, используемые одним государством, а также изучить сходные инструменты, к которым прибегают различные страны.

3. Исследования, призванные дать оценку эффекта или влияния “мягкой силы” на объект воздействия: количественная и качественная оценка изменений, происходящие в странах, на которые направлена “мягкая сила”. В данном случае может оцениваться изменение восприятия и поведения определенных групп населения по отношению к субъекту воздействия. Указанное изменение фиксируется социологическими опросами, материалами статистики по динамике количества иностранных туристов или объема прямых иностранных инвестиций, подсчетом и оценкой публикаций в средствах массовой информации и т.п. При этом необходимо учитывать, что перемены в общественном мнении и поведении населения могут происходить под влиянием самых различных, иногда независимых между собой факторов, поэтому достаточно сложно выделить факторы, связанные с воздействием “мягкой силы”.

Разделение рейтингов, относящихся к “мягкой силе”, на эти три группы достаточно условно. Один и тот же рейтинг может включать показатели, характеризующие потенциал “мягкой силы” наряду с экспертными оценками, относящимися, скорее, к конечным результатам ее воздействия.

С прикладной точки зрения прогнозирование и оценка эффективности конкретных инструментов “мягкой силы” наиболее интересны для анализа и планирования текущей внешней политики. При этом такая оценка неразрывно связана с измерением существующего потенциала и реального влияния “мягкой силы”. Можно предположить, что успешность применения того или иного инструмента непосредственно связана со следующими факторами:

- правильным выбором “актива”, или “ресурса”, “мягкой силы” – то есть обладающего наибольшей перспективностью направления для ее приложения;

- потенциальной конечной эффективностью применения “мягкой силы” – готовностью аудиторий воспринять (принять) воздействие на избранном направлении и изменить в итоге свое отношение и поведение;

- собственной результативностью инструмента, то есть его адекватностью выбранному направлению, выбранной аудитории и экономической отдачей и т.п.

## ОСНОВНЫЕ РЕЙТИНГОВЫЕ ИНДЕКСЫ МИРА

Перечислим некоторые, наиболее известные из исследований и рейтингов, относящихся к “мягкой силе”, влиянию и репутации государства в мире, и попытаемся сопоставить их результаты для таких стран, как Россия, США и Великобритания.

**Индекс “мягкой силы”** (*Soft power index*) – исследование, разработанное британской некоммерческой организацией Институт управления в партнерстве с британским журналом *Monocle* [23]. Рейтинг публикуется ежегодно с 2010 г. В качестве цели исследования заявлено сравнение потенциала “мягкой силы” государств, для этого авторы анализируют около 50 различных показателей, которые сгруппированы по пяти категориям: государственное управление, культура, дипломатия, образование и бизнес/инновации.

**Индекс “мягкой силы” для стран с быстроразвивающимися рынками**, составленный компанией *Ernst&Young* совместно с Московским институтом исследования быстроразвивающихся рынков бизнес-школы СКОЛКОВО [24]. Это рейтинговое исследование представлено как регулярное; выпущено первое его издание, охватывающее период с 2005 по 2010 гг., ведется подготовка следующих изданий рейтинга с использованием измененной и доработанной методики [22]. Индекс рассчитывается по 13 параметрам, распределенным по трем собирательным категориям: глобальная добропорядочность (*global integrity*), глобальная интеграция и глобальный имидж.

**Индекс глобального присутствия** (*Global Presence Index*), публикуемый ежегодно с 2010 г. Королевским институтом Элькано [25]. Для целей Индекса на основе анализа различных показателей исчисляется военное, экономическое и “мягкое” присутствие. Итоговое ранжирование составляется по совокупности всех трех видов присутствия, а вес каждого из показателей определяется на основе опроса экспертов-международников, работающих в разных странах мира.

**Индекс национальных брендов** Анхольта-GfK (*Anholt-GfK Roper Nation Brands Index*). Издаётся совместно упоминавшейся компанией GfK, специализирующейся на маркетинговых исследованиях, и С. Анхольтом. По данным опросов в 20 основных развитых и развивающихся странах мира, в которых ежегодно интервьюируются около 20 тыс. человек старше 18 лет, ранжируются 50 государств мира. Оценка ведется по шести направлениям: люди, государственное управление,

экспорт, туризм, культура и наследие, инвестиции и иммиграция [26].

**Рейтинг брендов стран** консалтингового агентства *FutureBrand (FutureBrand Country Brand Index, CBI)*. Исследование строится на опросах отдельных категорий граждан (тех, кто часто путешествует по делам и в качестве туриста, а также особой группы опрашиваемых – “лидеров мнений”) и использует по большей части маркетинговый подход, ориентируясь на узнаваемость бренда страны, ассоциации с ним, готовность порекомендовать другим и т.п. (всего 7 параметров) [27].

**Рейтинг репутаций стран** (*CountryRepTrack*), публикуемый ежегодно с 2010 г. консалтинговым агентством *Reputation Institute* [28]. Рейтинг базируется на опросах общественного мнения населения в странах Группы восьми. Его составители разделяют эмоциональные и рациональные факторы, влияющие на отношение к стране: к первым относятся чувства, уважение, восхищение и доверие, ко вторым – оценка экономики, управления и среды.

Встречаются также рейтинги, посвященные отдельным, значимым для “мягкой силы” направлениям: инвестиционной привлекательности, образованию, простоте ведения бизнеса и т.п. К примеру, ежегодно публикуемый рейтинг ведущих аналитических центров (*think tanks*), выпускаемый Пенсильванским университетом при поддержке ООН в рамках исследовательской программы “Аналитические центры и гражданское общество” (*The Global Go to Think Tank Index*) [29], может служить значимым индикатором влияния стран в научной сфере. Высокие позиции российских научно-исследовательских центров в данном рейтинге – в частности, тот факт, что ИМЭМО неизменно попадает в число 50 глобальных лидеров (в 2014 г. Институт занял 32-е место в едином интегральном рейтинге), – свидетельствуют о значительном потенциале России в этой области. Часть таких рейтингов используется при составлении упомянутых выше комплексных индексов. Другие могут приниматься во внимание при исследовании отдельных направлений в рамках оценки эффективности “мягкой силы” государства.

При сравнении результатов различных стран в перечисленных рейтингах можно увидеть значительные различия между позициями государств. В авторской таблице показано положение России, Великобритании и США в основных рейтингах, относящихся к “мягкой силе”. Отставание России от двух других выбранных для сравнения стран наиболее заметно в исследованиях, основанных

на опросах общественного мнения и характеризующих конечный эффект использования “мягкой силы”. Так, например, в Индексе глобального присутствия Королевского института Элькино Россия занимает 6-е место, а в Рейтинге репутации стран, публикуемом организацией *Reputation Institute*, – 52-е из 55 (табл.).

Вероятно, помимо неизбежного различия оценок, связанного с выбором тех или иных индикаторов и их веса, одной из причин такого расхождения может являться отмеченная выше разница между измерением потенциала “мягкой силы” и конечного эффекта ее применения. Какие-то из стран, обладая сравнительно небольшим потенциалом, могут достигать результатов, превышающих ожидания. В то же время другие страны (в том числе, вероятно, и Россия), обладая высоким потенциалом “мягкой силы” – богатой культурой, историческим наследием, значительными ресурсами в области образования и науки, языком межнационального общения и т.п., – недостаточно эффективно используют свои возможности. При этом необходимо иметь в виду, что результаты рейтингов отображают в первую очередь западный взгляд на Россию, стереотипы восприятия ее в качестве чуждого “иного”, которые усугубляет нынешняя геополитическая ситуация. Между тем внутреннее разнообразие России – этническое, конфессиональное, культурное, природное, превращающее ее в “своего рода слепок с мозаичного и многоликого современного мира”, – может служить неисчерпаемым источником социального творчества [30].

Что касается США и Великобритании, то стабильно высокие позиции в самых различных рейтингах, относящихся к “мягкой силе”, могут свидетельствовать о более высокой, по сравнению с Россией, эффективности использования наличных ресурсов. В этом отношении опыт этих государств в реализации своего потенциала “мягкой силы” представляется интересным для изучения, в том числе с точки зрения измерения и оценки эффективности используемых инструментов.

\* \* \*

Итак, можно отметить, что существует запрос на измерение и оценку эффективности “мягкой силы” как со стороны исследователей, так и от лиц, принимающих решения в этой области. В связи с этим начиная с 2010 г. регулярно публикуется целый ряд рейтингов, предлагающих подходы к измерению и оценке “мягкой силы” государств и отдельных, относящихся к ней параметров. Однако при анализе и сопоставлении рейтингов необ-

Таблица. Позиции России, США и Великобритании в международных рейтингах “мягкой силы”, репутации и национальных брендов

Рейтинг	Методология оценки	Предмет оценки	Число стран в рейтинге	Позиция России	Позиция США	Позиция Великобритании
Индекс “мягкой силы” журнала <i>Mopocle</i> и Института управления / <i>Soft Power Index</i> (2012 г.)	Комбинация показателей различных источников и рейтингов, а также экспертные оценки	Потенциал “мягкой силы”	40	28	2	1
Индекс “мягкой силы” для стран с быстроразвивающимися рынками СКОЛКОВО и <i>Ernst&amp;Young</i> (2012 г.) <sup>1</sup>	Комбинация показателей различных источников и рейтингов	Потенциал “мягкой силы”	20/14	3/10	1	4
Рейтинг глобального присутствия Королевского института Элькано (2013 г.)	Комбинация показателей различных источников и рейтингов	Присутствие (потенциал и конечный эффект “мягкой силы”)	60	6	1	3
Индекс национальных брендов Анхольта- <i>GfK</i> (2013 г.)	Опросы общественного мнения	Национальный бренд (конечный эффект)	50	22	1	3
Рейтинг брендов стран <i>FutureBrand</i> (2012–2013 гг.)	Опросы общественного мнения	Национальный бренд (конечный эффект)	118	83	8	11
Рейтинг репутации стран <i>CountryReputation Institute</i> (2014 г.)	Опросы общественного мнения	Репутация (конечный эффект)	55	52	21	15

<sup>1</sup> В данном Индексе, помимо ранжирования 20 стран с быстроразвивающимися рынками, предлагается комбинированный рейтинг этих стран и государств Группы семи (G7) (по 7 от каждой категории). Позиции США и Великобритании определены по комбинированному рейтингу. Позиции России указаны по обобщенному рейтингу: первая цифра – место в рейтинге стран с быстроразвивающимися рынками, вторая – место в комбинированном рейтинге.



ходимо учитывать присущую им субъективность: в первую очередь западцентричный взгляд на мир, а также стоящие за многими из таких исследований коммерческие интересы публикующих их организаций.

Предмет оценки таких рейтингов не всегда совпадает: если одни из них позиционируются как попытка измерить потенциал “мягкой силы” государства, то другие исследования стремятся оценить конечный эффект “мягкой силы” – репутацию, привлекательность или влияние государств в мире. При сопоставлении результатов таких рейтингов для отдельных стран можно увидеть, что даже значительные ресурсы “мягкой

силы” не гарантируют высоких позиций с точки зрения конечного эффекта.

Многочисленность рейтингов дает широкие возможности для оценки позиции государства и выстраивания стратегии увеличения “мягкой силы”. Однако влияние множества других факторов, в том числе “жесткой силы”, а также субъективность большинства рейтингов значительно искажают данные и затрудняют оценку. Поэтому рейтинги могут использоваться для оценки общей ситуации в области “мягкой силы”, а также долгосрочного прогнозирования общих тенденций, однако мало пригодны для кратко- и среднесрочной оценки реализуемых программ и проектов.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Nye J. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 2004. 208 p.
2. Концепция внешней политики Российской Федерации. МИД РФ, 2013. [The Foreign Policy Concept of the Russian Federation. MFA RF, 2013 (In Russ.)] Available at: <http://www.mid.ru/bdomp/ns-osndoc.nsf/e2f289bea62097f9c325787a0034c255/c32577ca0017434944257b160051bf7f> (accessed 09.12.2014).
3. *Persuasion and Power in the Modern World: House of Lords Paper 150 Session 2013-14*. S.I., Stationery Office, 2014. 105 p.
4. Nye J. Smart power. *New Perspectives Quarterly*, 2009, vol. 26, issue 2, pp.7-9.
5. Etheridge E. How ‘Soft Power’ Got ‘Smart’. *New York Times*, 14.01.2009. Available at: <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2009/01/14/how-soft-power-got-smart> (accessed 27.01.2015).
6. Sherfinski D. Hillary Clinton: ‘Smart Power’ Includes ‘Showing Respect, Even for One’s Enemies’. *The Washington Times*, 03.12.2014. Available at: <http://www.washingtontimes.com/news/2014/dec/3/hillary-clinton-smart-show-respect-even-enemies> (accessed 27.01.2015).
7. Истомин И.А. Внешнеполитическая экспертиза и конструирование международной среды. *Международные процессы*, 2012, № 3, сс. 58-72. [Istomin I.A. Vneshnepoliticheskaya ekspertiza i konstruirovaniye mezhdunarodnoi sredy [Foreign Policy Expertise and Transformation of International Environment]. *Mezhdunarodnye protsessy*, 2012, no. 3, pp. 58-72.]
8. Su Changhe. Soft Power. *Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford, Oxford University Press, 2013, pp. 544-558.
9. Доклад о результатах деятельности Россотрудничества за 2014 год. [Report on the Results of Rossotrudnichestvo Activities in 2014 (In Russ.)] Available at: [http://rs.gov.ru/sites/default/files/scan\\_doklad\\_2014\\_k\\_1.10.10236.pdf](http://rs.gov.ru/sites/default/files/scan_doklad_2014_k_1.10.10236.pdf) (accessed 07.01.2015).
10. Пчельников Л. России нужна “мягкая сила”. *Российская газета*, 01.11.2012. [Pchel'nikov L. Rossii nuzhna “myagkaya sila” [Russia Needs Soft Power]. *Rossiiskaya gazeta*, 01.11.2012.] Available at: <http://www.rg.ru/2012/11/01/sila-site.html> (accessed 22.09.2014).
11. *Engaging with the Public. 12 Lessons from DAC Peer Reviews and the Network of DAC Development Communicators*. OECD. 2014. Available at: <http://www.oecd.org/dac/peer-reviews/12%20Lessons%20Engaging%20with%20the%20public.pdf> (accessed 25.11.2014).
12. Nye J. When Hard Power Undermines Soft Power. *New Perspectives Quarterly*, 2004, vol. 21, no. 3, pp. 13-15.
13. Leonard M. et al. *Public Diplomacy*. London, Foreign Policy Centre, 2002. 183 p.
14. Nye J. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York, Basic Books, 1990. 336 p.
15. Паршин П.Б. Проблематика “мягкой силы” во внешней политике России: Аналитический доклад. Институт международных исследований МГИМО (У) МИД России. Москва, МГИМО (У) МИД России, 2013. 40 с. [Parshin P.B. *Problematika “myagkoi sily” vo vneshnei politike Rossii: Analiticheskii doklad* [The Problem of ‘Soft Power’ in Russian Foreign Policy]. Moscow, Institut mezhdunarodnykh issledovaniy MGIMO (U) MID, 2013. 40 p.]

16. Хрусталеv М.А. *Анализ международных ситуаций и политическая экспертиза. Очерки теории и методологии*. Москва, НОФМО, 2008. 232 с. [Hrustalev M.A. *Analiz mezhdunarodnykh situacij i politicheskaja jekspertiza. Oчерки теории i metodologii* [Analysis of International Situations and Political Expertise: Essays in Theory and Methodology]. Moscow, NOFMO, 2008. 232 p.]
17. Treverton G.F., Jones S.G. *Measuring National Power. Conference Proceedings*. Santa Monica, California, etc., RAND Corporation, 2005. 35 p. Available at: [http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/conf\\_proceedings/2005/RAND\\_CF215.pdf](http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/conf_proceedings/2005/RAND_CF215.pdf) (accessed 14.12.2014).
18. Шейдина И.Л. *Невоенные факторы силы во внешней политике США*. Москва, Наука, 1984. 351 с. [Sheidina I.L. *Nevoennye faktory sily vo vneshnei politike USA* [Non-military Power Factors in USA Foreign Policy], Moscow, Nauka Publ., 1984. 351 p.]
19. Войтоловский Ф.Г. “Производство” интеллектуального пространства мировой политики. *Международные процессы*, 2006, т. 4, № 2(11), сс. 100-111. [Voitolovskii F.G. “Proizvodstvo” intellektual'nogo prostranstva mirovoi politiki [‘Production’ of Intellectual Space of World Politics]. *Mezhdunarodnye protsessy*, 2006, vol. 4, no. 2(11), pp. 100-111.]
20. *About Simon Anholt*. Available at: <http://www.simonanholt.com/Explained/explained-about-simon-anholt.aspx> (accessed 20.11.2014).
21. *Bloom Consulting*. Available at: <http://www.bloom-consulting.com> (accessed 20.11.2014).
22. Майкл Б., Хартвелл К., Нуреев Б. “Мягкая сила” – палка о двух концах? [Michael B., Hartwell C., Nureev B. *Myagkaya sila* – palka o dvukh kotsakh? [Soft Power: A Double-Edged Sword?]] Available at: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/myagkaya-sila-palka-o-dvuh-kotsah> (accessed 26.10.2014).
23. McClory J. *The New Persuaders III. A 2012 Global Ranking of Soft Power*. Available at: [http://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders%20III\\_0.pdf](http://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders%20III_0.pdf) (accessed 17.09.2014).
24. *Rapid-growth Markets Soft Power Index. Spring 2012*. Ernst and Young 2012. Available at: [http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/SIEMS\\_Monthly\\_Briefing\\_2012-06\\_eng.pdf](http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/SIEMS_Monthly_Briefing_2012-06_eng.pdf) (accessed 26.10.2014).
25. *Elcano Global Presence Report 2014*. Real Instituto Elcano, Madrid, 2014. Available at: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/7dad550043bde17c8f43bff8d447ad6c/Global\\_Presence\\_2014.pdf](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/7dad550043bde17c8f43bff8d447ad6c/Global_Presence_2014.pdf) (accessed 13.12.2014).
26. *Anholt-GfK Roper Nation Brands Index Methodology Outline 2009*. Available at: <http://www.simonanholt.com/Publications/publications-other-articles.aspx> (accessed 20.10.14).
27. *Country Brand Index 2012-13*. FutureBrand. P. 106. Available at: [http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI\\_2012-Final.pdf](http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_2012-Final.pdf) (accessed 23.10.2014).
28. *What Country Has the Best Reputation in the World in 2014?* Reputation Institute. Available at: <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/country-retrak> (accessed 24.11.2014).
29. McGann J. *2014 Global Go to Think Tank Index Report. Think Tanks and Civil Societies Program. 2015*. Available at: [http://repository.upenn.edu/think\\_tanks/8/](http://repository.upenn.edu/think_tanks/8/) (accessed 03.02.2015).
30. Семеновко И.С., Лапкин В.В., Пантин В.И. Образ России на Западе: диалектика представлений в контексте мирового развития (К постановке проблемы). *Полис. Политические исследования*, 2006, № 6, сс. 110-124. [Semenenko I.S., Lapkin V.V., Pantin V.I. *Obraz Rossii na Zapade: dialektika predstavlenii v kontekste mirovogo razvitiya (K postanovke problemy)* [Russia's Image in the West: Dialectics of Ideas in the Context of the World Development (By Way of Posing the Problem)]. *Polis. Politicheskie issledovaniya*, 2006, no. 6, pp. 110-124.]

### **SOFT POWER EFFECTIVENESS: PROBLEM OF EVALUATION**

(MEMO Journal, 2015, no. 6, pp. 48-58)

Received 06.02.2015.

*Elena M. KHARITONOVA, Institute of World Economy and International Relations, Russian Academy of Sciences (IMEMO), 23, Profsoyuznaya Str., Moscow, 117997, Russian Federation (ekharit.@imemo.ru).*

*The article focuses on the task of measuring and evaluating a state's soft power. While the soft power concept developed by Joseph Nye is currently widely accepted and used, its theoretical understanding and practical application remains challenging. Both international relations scholars and those responsible for soft power in governmental and non-state agencies are looking for the tools to assess their work and the country's standing in the world in terms of soft power. As the author of the concept and other*

*researchers noted, evaluation and measurement may be difficult due to the number of influencing factors including the use of hard power that can overshadow soft power efforts, and also because soft power efforts can bring results only in a distant period of time. However, in response to the researchers' and policy makers' need to evaluate, measure and compare soft power related parameters, a number of international ratings evolved during the past several years, such as various ratings of soft power, nation brands, countries' reputation and presence. At the same time, such rankings have several weaknesses. First of all, they present mainly the western point of view which focuses on the parameters important for western audiences and may overlook characteristics important for other, non-western cultures. They also may be subjective due to financial reasons. Besides that, while some of the ratings aim to evaluate resources or assets of nations' soft power, other focus on results like influence or reputation. Evaluation of instruments used to enhance a country's soft power and their effectiveness is also important. In many cases, even significant resources of soft power do not guarantee strong positions in this context. Comparing certain countries' positions in different ratings helps to understand a country's standing in terms of soft power, identify strong sides and analyze whether a state's soft power potential transforms into the desired outcomes.*

*Keywords: soft power, foreign policy appraisal, international soft power ratings, soft power evaluation, think tanks, Joseph Nye, (re)branding, IMEMO.*

*About author:*

*Elena M. KHARITONOVA, Junior Researcher.*

**DOI:**10.20542/0131-2227-2015-6-48-58