

«МЯГКАЯ СИЛА»: ПОНЯТИЕ И ПОДХОДЫ

М.М. Лебедева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России

В статье рассматривается вопрос о соотношении понятий «мягкая сила» и пропаганда. Показывается, что в рамках реалистского подхода происходит их отождествление, а в рамках неолиберального направления теории международных отношений между этими понятиями есть принципиальная разница. Даются параметры сравнения неолиберального и реалистского подходов применительно к понятию «мягкая сила». Отмечается, что, несмотря на различия между этими понятиями, а также между понятиями «жесткая сила» и «мягкая сила», противоположность понятий не является абсолютной. Средства «мягкой силы» и «жесткой силы», согласно Дж. Наю, могут быть представлены в виде континуума. В свою очередь, инструменты пропаганды и «мягкой силы» также могут переходить одно в другое. Обсуждаются следствия данного положения.

Рассматриваются различные области применения «мягкой силы». Показывается, что вопреки распространённому представлению о том, что область применения напрямую соотносится с «мягкой силой» или «жесткой силой» (например, образование, культура – с «мягкой силой»), на самом деле это не так. Навязывание культурных норм, образовательных моделей является проявлением «жесткой силы».

Одним из наиболее распространённых инструментов реализации «мягкой силы» является публичная дипломатия, которая может осуществляться через официальные каналы (публичные выступления официальных лиц), а также неофициальные каналы (НПО, университеты и т.п.). В этом смысле публичная дипломатия значительно шире таких понятий, как «народная дипломатия» или «общественная дипломатия». Подчёркивается, что негосударственные акторы могут быть проводниками использования «мягкой силы» государства, а могут самостоятельно её формировать.

Обсуждается также ряд других особенностей «мягкой силы», которые необходимо учитывать при её реализации, таких, как особенности региона и страны, конкуренция стратегий «мягкой силы» различных государств в одном и том же регионе, отрицательные последствия использования «мягкой силы» и другие.

Ключевые слова: «мягкая сила», публичная дипломатия, реализм, либерализм, пропаганда, негосударственные акторы, государства.

УДК 327.83

Поступила в редакцию 22.03.2017 г.

Принята к публикации 10.06.2017 г.

Многозначность концепта «мягкой силы»

Предложенное Дж. Наем в 1990-е гг. понятие «мягкой силы» сначала вызвало неоднозначную реакцию в США и несколько позднее, скорее негативное отношение – в России. Из множества возражений, выдвинутых Дж. Наю, пожалуй, наиболее часто используемым было то, что данная идея не содержит ничего нового. Рассуждение строилось на том основании, что со времён появления человечества одни группы так или иначе «мягким образом» влияли на других. При этом общим фоном для критики концепции Дж. Наея в США послужила эйфория в отношении «конца истории», а как следствие – отсутствие вообще особой необходимости воздействия на общественное мнение других стран. Однако ситуация резко изменилась в начале XXI в. В США это было связано, прежде всего, с терактами 11 сентября 2001 г., после которых встал вопрос о выстраивании стратегии американского влияния на арабский мир. Немногим позднее к понятию «мягкой силы» активно обратилась и Россия, что было обусловлено идеей восстановления российского влияния на мировой арене. Понятие «мягкая сила» было включено в Концепцию внешней политики 2013 г.¹, а затем и в Концепцию внешней политики 2016 г.²

Сегодня существует множество трактовок «мягкой силы» и переводов данного термина, в том числе и в России. Термин, введённый Дж. Наем, переводится на русский язык и как «мягкая сила» (наиболее распространённый перевод), и как «мягкая власть» [11; 2], и как «гибкая власть» [10]. Но главное даже не в том, как переводится понятие (хотя это тоже важно), а что вкладывается в него. Это представляет не только академический интерес, но и определяет практическую эффективность использования «мягкой силы».

Пропаганда vs. «мягкая сила»

Самое распространённое понимание «мягкой силы» и явно доминирующее в России – это невоенные методы воздействия на противоположную сторону. При таком подходе экономическое и политическое принуждение, а также его другие виды попадают под определения «мягкой силой». Кроме того, и в России, и за рубежом использование «мягкой силы» нередко отождествляется с пропагандой [25]. Понятие «пропаганда» во многих случаях имеет отрицательную коннотацию. Тем самым и «мягкой силе» приписывается отрицательная оценка. При таких подходах, действительно, нет различий между «мягкой силой», пропагандой, невоенными средствами давления и т.п. Но так ли это?

¹ Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 30 ноября 2016 г.). URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 08.05.2017).

² Концепция внешней политики Российской Федерации. Утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 12 февраля 2013 г. URL: http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F (дата обращения: 08.05.2017).

За более чем двадцатилетний период Дж. Най неоднократно разъяснял выдвинутую им концепцию «мягкой силы». При этом ключевым моментом в его концепции оставалось понятие привлекательности для других тех или иных положений, феноменов, образов действий и т.п. [18]. Именно привлекательность он противопоставляет методам принуждения, силового давления, шантажа. В этом состоит главное отличие «мягкой силы» от пропаганды и иных аналогичных способов воздействия, включая обман, подмена фактов и т.п. Собственно идея привлекательности, когда противоположная сторона добровольно и осознанно делает выбор – это то, новое, что появилось в связи с концепцией Дж. Най.

Пропаганда далеко не всегда основывается на привлекательности. Более того, пропаганда не исключает использования различных вариантов манипуляции сознанием людей, чего, по сути, не допускает «мягкая сила». Здесь чётко проявляется отличие неолиберального подхода к международным отношениям, в рамках которого главным образом работает Дж. Най, и реалистского подхода, предполагающего соперничество сторон на международной арене, на котором построена пропаганда. Именно в реалистском подходе между пропагандой и «мягкой силой» нет различий. Пожалуй, наиболее ярко разницу между реалистским и неолиберальным подходами демонстрирует статья Дж. Найт. Она пишет, что концепция Дж. Най стала очень популярной: и политические лидеры, и представители академических кругов набросились на неё «как пчёлы на мёд». Однако далее, ошибочно приписывая Дж. Наю реалистскую позицию, Дж. Найт утверждает, что в основе любой силы будь то «мягкой» или «жесткой», оказываются собственные интересы. По этой причине автор задаётся вопросом, а не является ли «мягкая сила» у Дж. Най формой проявления доминирования и реализацией собственных интересов государства? Можно заменить понятие «мягкой силы» понятием «взаимной силы» (*mutual power*), продолжает Дж. Найт, когда результаты взаимодействия распределяются между всеми участниками, т.е. ситуацией, которая описывается как ситуация с ненулевой суммой. Но и в этом случае, согласно Дж. Найт, остаётся проблема возможности неравномерного распределения полученных результатов деятельности между сторонами. Выход из ситуации автор статьи видит в полной и последовательной реализации неолиберальных идей посредством негосударственных акторов, развитием второго направления дипломатии (дипломатии негосударственных участников) и т.п. [15].

Таким образом, Дж. Найт чётко фиксирует различие между «мягкой силой», используемой в реалистском её понимании, когда за счёт разных средств, в том числе и привлекательности, проявляется стремление в реализации собственных интересов, с одной стороны, и ситуацией, когда взаимодействие ведёт к взаимному обогащению и сотрудничеству участников (нелиберальный подход) – с другой. В принципе, этот последний вариант и заложен в концепции Дж. Най, хотя чётко он им и не определён. Отсюда само введённое Дж. Наем понятие

«мягкая сила» трактуется различными исследователями и политиками очень широко, часто противоречащим идее Дж. Ная образом. Впрочем, в последнее время и сам Дж. Най стал обращать внимание на то, что нельзя ограничиваться только своей «мягкой силой». В частности, он пишет, что не следует думать только о собственной «мягкой силе». Наделение силой других может помочь достижению целей [22].

Нельзя сказать, что пропаганда является неэффективным средством воздействия на противоположную сторону, как и вообще реалистски ориентированное поведение. В некоторых ситуациях, особенно когда от противоположной стороны нужно быстро добиться желаемого результата, пропаганда и даже такие методы как нажим и шантаж могут оказаться весьма действенными. Другое дело, что вряд ли пропагандистское влияние может длиться долго. Здесь действует принцип, сформулированный в известном выражении относительно того, что на штыках можно прийти к власти, но на них сложно долго удержаться.

Соотношение характеристик «мягкой силы» и пропаганды схематически может быть представлено следующим образом (параметры сопоставления, разумеется, могут дополняться):

Табл. 1. Сопоставление пропаганды и мягкой силы

Table 1. Comparison of propaganda and soft power

Пропаганда	«Мягкая сила»
1. Допускает навязывание (принуждение), а также различные виды стимулирования (вознаграждения)	1. Не допускает навязывания (противоположная сторона должна сама сделать выбор) или стимулирования
2. Используется в рамках реалистской концепции ТМО (внимание к собственным интересам)	2. В рамках неолиберальной концепции ТМО (внимание к интересам другого)
3. Скорее всего, не будет работать в долгосрочной перспективе	3. Ориентирована на долгосрочное взаимодействие с партнёром
4. Использует манипулятивные стратегии	4. Избегает манипулятивных стратегий
5. Ориентирована на монолог. Воспринимает противоположную сторону в качестве объекта	5. Ориентирована на диалог. Воспринимает противоположную сторону в качестве субъекта
6. Формирование доверительных отношений не является фокусом внимания	6. Предполагает создание доверительных отношений

Из такого понимания различий между «мягкой силой» и другими методами несилового воздействия следует целый ряд особенностей в понимании «мягкой силы» и её использования. Прежде всего, пропаганда, если используется, например, материальное поощрение, является «жёсткой силой». «Мягкая сила» не предполагает привлечение за счёт материального вознаграждения.

В то же время необходимо подчеркнуть, что предложенная дихотомия «мягкой силы» и пропаганды не является абсолютной, что, порой, и порождает их отождествление. Более того, Дж. Най, противопоставляя «мягкую силу» «жёсткой», тем не менее, говорит о некоем континууме средств воздействия между

этими двумя видами воздействия. Он иллюстрирует свою мысль графически (Рис. 1) [19]. Очевидно, что границы двух видов «силы» при таком подходе оказываются «размытыми». В то же время пропаганда с применением различных видов стимулирования (в том числе и поощрения) оказывается в левой стороне квадрата, приближаясь к «жесткой силе». В свою очередь, выстраивание и определение целеполагания – ещё не «мягкая сила», но по действиям ближе к ней, чем к «жесткой силе». На практике же нередко одновременно в отношении одного и того же субъекта используется и «мягкая сила» и «жесткая сила» в виде пропаганды. В принципе это классический вариант того, что Дж. Най назвал «умной силой». Однако здесь отдельно встаёт вопрос, какие могут быть преимущества и ограничения такого совместного использования «мягкой силы» и пропаганды.

		СИЛА			
		Жесткая		Мягкая	
Спектр поведения		Принуждение	Стимулирование	Определение целеполагания	Привлекательность
	Приказной метод				
Наиболее вероятные ресурсы		Силовые методы, санкции	Выплаты и взятки	Институты	Ценности, культурные установки, правила

Рис.1. Ресурсы и спектр поведения при использовании «мягкой силы» и «жесткой силы»

Pic.1. Resources and spectrum of behavior in using «soft» and «hard power»

При анализе «мягкой силы» очень часто авторы полностью относят те или иные области, явления и т.п. либо к «мягкой силе», либо к «жесткой силе». Например, экономика у разных исследователей попадает то в одну, то в другую категорию. Хотя сам Дж. Най относил экономику к «жесткой силе», привлекательная модель экономического развития всё же является «мягкой силой». На самом деле та или иная сфера не может быть априори отнесена к определённой «силе». Так, привлекательная модель экономического развития является «мягкой силой», в то время как применение экономических санкций – «жесткой силой». Более того, «жесткая сила» может быть привлекательна и в этом смысле восприниматься в качестве «мягкой силой» третьей стороной. Например, военная мощь, победы над противником становятся неким эталоном действия для других, выступая в данном случае «мягкой силой».

Сложнее обстоят дела с такими, например, сферами, как образование, культура, спорт. Дж. Най относит образование к «мягкой силе», указывая, что оно является одним из ресурсов её использования [21]. Это во многих случаях действительно так и в последнее время появилось немало работ, в которых показана роль образования в качестве «мягкой силы» государства [7; 14].

Однако применение «мягкой силы» может нередко сопровождаться элементами «жесткой силы», а именно, назойливости при демонстрации привлекательности, в том числе и в области образования. В результате «мягкая сила»

превращается в пропаганду, поскольку навязывание культурных образцов или стандартов образования вызывает резко негативную реакцию. В ряде случаев это произошло, например, с Болонским процессом: излишняя бюрократизация значительно снизила положительный эффект от его использования. Кстати, вообще образовательная, культурная экспансия нередко ставится в упрек странам Запада. Разумеется, подобная стратегия поведения не может рассматриваться в качестве «мягкой силы». В то же время грань здесь оказывается (и на практике так бывает) очень тонкой.

Особенности применения «мягкой силы»

Необходимо отметить некоторые моменты, значимые для понимания «мягкой силы», на которых Дж. Най не акцентирует внимания. Эти моменты также выпадают из анализа многих авторов, пишущих по проблемам «мягкой силы». Прежде всего, следует обратить внимание на то, что само по себе наличие привлекательности не означает, что эта привлекательность в таком качестве воспринимается другими. «Мягкая сила» – это некий лишь потенциал, который может быть использован, а может оставаться только в качестве потенциала. Наличие привлекательности чего-либо необходимо ещё раскрыть, показать другой стороне. По этой причине Е.П. Панова, следуя в конструктивистском русле, утверждает, что «создание «привлекательности» как необходимое условие осуществления «мягкой власти» представляет собой не что иное, как лингвистическое конструирование интерпретации реальности...» [12]. Другое дело, что особая задача состоит в том, как именно создать эту привлекательность. Одним из важных элементов для формирования привлекательности является наличие доверительных отношений [3]. Их отсутствие изначально влечёт за собой подозрительность, а в конечном итоге – нейтральное или даже негативное восприятие.

Впрочем, не исключена и другая ситуация, когда объективное наличие привлекательности не акцентируется властями. Тогда потенциал может становиться привлекательным сам по себе без каких-либо усилий и действий. Правда, здесь возникает вопрос, есть в данном случае «мягкая сила», которая по определению подразумевает определённую активность.

Пути использования «мягкой силы» могут быть различными. Одним из наиболее мощных путей здесь выступает публичная дипломатия, которая может осуществляться, как по официальным каналам, так и по неофициальным. К официальным каналам относятся публичные выступления официальных представителей государства в СМИ, организация брифингов министерствами иностранных дел и т.п., а также ведения политиками блогов, публикации постов в социальных сетях (twitter diplomacy).

Неофициальные каналы реализации «мягкой силы» представлены деятельностью СМИ, университетов, НПО и т.п. Нередко публичная дипломатия в российской научной литературе отождествляется (или подменяется) понятиями

«общественная дипломатия» или «народная дипломатия» [9]. Представляется, что такой подход значительно сужает сферу деятельности публичной дипломатии, поскольку исключает официальные каналы её реализации. На данный аспект обращает внимание А. Долинский. Он пишет, что у публичной дипломатии «появилось и второе значение термина в русском языке – дипломатия на уровне общественных организаций. Это породило опасную путаницу: даже среди экспертов встречается убеждение, что public diplomacy – это лишь диалог на уровне неправительственных организаций. Между тем public diplomacy подразумевает более широкий спектр направлений деятельности...» [2]. Ещё более узкими понятиями являются «культурная дипломатия», «спортивная дипломатия», «экономическая дипломатия» и т.п., которые ориентированы на определённые сферы деятельности публичной дипломатии. Очевидно, что все эти понятия имеют право на существования, однако важно понимать, что имеется в виду в каждом конкретном случае.

В то же время следует подчеркнуть, что негосударственные акторы не являются простыми проводниками политики государства при реализации публичной дипломатии. В этом случае они не стали бы акторами, а являлись бы проводниками (впрочем, часть из них выступают именно в таком качестве). Иными словами, негосударственные акторы во многих случаях довольно самостоятельны и могут сами формировать «мягкую силу» страны, а также свою собственную. Государство при этом может оказывать им непосредственное содействие, а может дистанцироваться, исходя из того, что негосударственные акторы обычно вызывают большее доверие [16]. При этом государство, взаимодействуя с различными по степени близости с ним негосударственными акторами, может более тонко использовать свою «мягкую силу». Россия в основном ориентируется на те негосударственные структуры, которые в значительной степени ассоциируются в сознании другой стороны как аффилированные именно с властью (не зависимо от источников финансирования, уставных документов и т.п.). Учитывая, что возможности гораздо шире, если работать с разными типами негосударственных акторов, представляется важным расширить их список, в частности, активно привлекать академические круги и университеты.

Очевидно, что любое общество неоднородно. Для одной социальной группы привлекательно одно, в то время как для другой – другое. Поэтому не может быть универсальной привлекательности, или иными словами – универсальной «мягкой силы». Например, российское образование в области медицины привлекательно для многих жителей Индии в соответствии с критерием «цена — качество» с целью дальнейшей их работы в сельской местности, или в центрах, где отсутствует сложная и дорогая аппаратура. Для большинства жителей Европы и США подобное медицинское образование не является столь привлекательным. Они ориентированы скорее на более дорогое медицинское образование, но в большей степени технически оснащённое. Поэтому при использовании «мягкой силы», а также при её изучении и оценке эффективности влияния важ-

но определить, насколько адекватно выбран адресат именно для данного типа воздействия при помощи «мягкой силы».

На международной арене в одно и то же время действуют множество акторов, обладающих различными типами «мягкой силы» и одновременно теми или иными характеристиками, которые воспринимаются негативно. Так, уровень развития кубинской медицины может быть привлекательным, но в то же время уровень жизни населения страны такой характеристикой не обладает. При этом использование «мягкой силы» одного государства встречает конкуренцию со стороны других. В результате различные государства конкурируют друг с другом за внимание третьих сторон. В этих случаях разные акторы пытаются найти свою специфическую нишу. Например, в отношении Центральной Азии – Европейский союз предлагает образовательные программы, программы по правам человека природоохранные программы, в то время как США в этом регионе концентрируются на молодёжных программах и программах по новым технологиям [6]. Тем самым в результате взаимодействия на международной арене происходит своеобразная конкуренция стратегий использования «мягкой силы» участниками. От того, как будет выстроена стратегия реализации «мягкой силы», и будет ли она выстроена вообще, зависит успешность воздействия.

Конкуренция различных государств за свою привлекательность явно недостаточно исследована, поскольку большинство научных работ сконцентрировано на анализе «мягкой силы» того или иного государства без учёта деятельности других на международной арене. Отчасти эти вопросы рассматриваются в исследованиях в рамках информационного, идеологического и т.п. противоборства. Однако там акценты смещаются в сторону рассмотрения вопросов «действие-противодействие», взаимной дискредитации сторон и т.п. Они не сконцентрированы в области формирования привлекательности образа.

Другим важным моментом в понимании и исследовании «мягкой силы» является то, что она часто рассматривается только как воздействие одного субъекта на другого, без понимания того факта, что противоположная сторона также является субъектом, а не объектом. Субъектность означает то, что противоположная сторона активна и может по-разному интерпретировать направленные на неё действия. Кроме того, противоположная сторона сама может применять инструмент «мягкой силы» в ответ. Эти вопросы часто остаются вне исследовательского фокуса. Правда, на практике в последнее время, в частности в рамках публичной дипломатии США, в значительной степени наблюдается отказ от модели взаимодействия «субъект – объект» и попытки выстраивания отношений по принципу к «субъект – субъектной» модели. При этом подчёркивается, что эффективным как раз оказывается выстраивание отношений по принципу диалога. В определённой мере это происходит под влиянием европейцев [1].

Развитие политической системы мира в XXI в. вносит новые коррективы в применение «мягкой силы». Активность негосударственных акторов в XXI в. продолжает возрастать по многим параметрам: их количеству на мировой арене

не, сферам, в которые они вовлекаются, влиянию и т.п. [24; 17; 23; 5]. Это влечёт за собой целый ряд последствий. Так, сегодня государства при использовании «мягкой силы» не могут игнорировать негосударственных участников.

Негосударственные акторы обладают собственной «мягкой силой» [20; 18], которая порой распространяется на государство в целом. Например, качество немецких товаров, произведённых частными компаниями, прочно ассоциируется с Германией как государством. Негосударственные акторы активно обращаются к «мягкой силе» как ресурсу влияния. При этом они могут сотрудничать с государствами, или напротив — противостоять им. Сотрудничество же государств и негосударственных акторов в последнее время порождает различные формы партнёрства и взаимодействия так, что становится всё сложнее провести грань между государственными и негосударственными акторами.

Планируя воздействия с помощью «мягкой силой», следует различать долгосрочные и краткосрочные цели. Например, культура, наука, образовательные программы, направлены, главным образом, на достижения долгосрочных целей [12]. Так, студенты должны получить профессиональное признание и достичь определённых позиций в обществе, чтобы ретранслировать заложенные в годы учёбы знания и ценности и тем самым быть проводниками «мягкой силы». В то же время, СМИ используются обычно в целях достижения краткосрочных целей [12]. Но подобная закономерность не является абсолютной. Например, во время конфликта в Боснии в 1990-х гг. США запустили целую серию образовательных программ [5]. Их смысл заключался, в том числе, в том, чтобы быстро сформировать положительный образ США.

Наконец, следует иметь в виду, что «мягкая сила» имеет и обратную сторону. Далеко не всегда просчитывается, какие последствия может повлечь за собой привлекательный образ. Ярким свидетельством тому является «мягкая сила» Германии в условиях наплыва беженцев в Европу в 2010-х гг. Несмотря на то, что Германия не использует в официальных документах и речах понятие «мягкая сила», опасаясь навлечь на себя критику в реваншистских устремлениях, на деле она формирует привлекательный образ своего государства [13]. Однако привлекательность Германии, прежде всего её социально-экономическая сферы, привела к огромному потоку беженцев из регионов Ближнего и Среднего Востока, к которому государство, по сути своей, оказалось не готово. Данный пример демонстрирует тот факт, что создание привлекательного образа, чтобы избежать подобных феноменов, должно быть комплексным и охватывать различные стороны, включая культуру и историю страны, а также её традиции [8]. В целом же пока подобные отрицательные последствия использования «мягкой силы» не получили должной разработки в научной литературе.

Таким образом, несмотря на множество исследований, которые проводятся по проблемам «мягкой силы», существует немало моментов, требующих прояснений. Это становится особенно актуальным в связи с тем, что в современной мировой политике резко возрастает роль социально-гуманитарного фактора.

Список литературы

1. Долинский А.В. Дискурс о публичной дипломатии // Международные процессы. 2011. Том 9. № 1 (25). С. 63-73.
2. Долинский А. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России? // Российский совет по международным делам. 2012. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/chto-takoe-obshchestvennaya-diplomatiya-i-zachem-ona-nuzhna/> (дата обращения: 08.05.2017).
3. Кононенко В. А. Создать образ России? // Россий в глобальной политике. 2006. № 2 (март – апрель). URL: http://www.globalaffairs.ru/number/n_6562 (дата обращения: 08.05.2017).
4. Кубышкин А.И., Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США. М.: Аспект Пресс, 2013. 271 с.
5. Лебедева М. Предметное поле и предметные поля мировой политики // Международные процессы. 2004. Т. 2. № 5. С. 97-108.
6. Лебедева М.М., Боришполец К.П., Иванова Н.А., Чепурина М.А. Центральная Азия. Социально-гуманитарное измерение. М.: Аспект Пресс, 2016. 224 с.
7. Лебедева М.М., Фор Ж. Высшее образование как потенциал «мягкой силы» России // Вестник МГИМО-Университета. 2009. № 4. С. 200-205.
8. Лебедева М.М., Рустамова Л.Р., Шарко М.В. «Мягкая сила»: тёмная сторона (на примере Германии) // Вестник МГИМО-Университета. 2016. № 3. С. 144-153.
9. Мухаметов Р.С. Специфика общественной дипломатии как инструмента внешней политики государства // Известия Уральского федерального университета. Серия 3. Общественные науки. 2014. № 2 (128). С. 84-90.
10. Най Дж. Гибкая власть: Как добиться успеха в мировой политике / пер. с англ. В. И. Супруна. Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2006. 221с.
11. Панова Е.П. Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике // Вестник МГИМО-Университета. 2010. № 4 (13). С. 91-97.
12. Панова Е.П. «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике. Диссертация на соискание степени канд. полит. н. М.: МГИМО, 2012. – 160 с.
13. Рустамова Л.Р. Особенности «мягкой силы» во внешней политике ФРГ // Вестник МГИМО – Университета. 2016. №: 1 (46). С. 118-128.
14. Торкунов А.В. Образование как инструмент «мягкой силы» во внешней политике России // Вестник МГИМО-Университета. 2012. № 4 (25). С. 85-92.
15. Knight J. The limits of soft power in higher education // University World News. 2014. 31 January. Issue 305 URL: <http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20140129134636725> (дата обращения: 08.05.2017).
16. Natsios A.S. An NGO Perspective // Peacemaking in International Conflicts: Methods and Techniques. Ed. by I.W. Zartman and J.L. Rasmussen. Washington D.C.: United States Institute of Peace, 1997. Pp. 337-361.
17. Non-State Actors in World Politics / Ed. by Josselin D., Wallace W. N.Y.: Palgrave, 2001. 294 p.
18. Nye J. S. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone, Oxford University Press, 2002. 240 p.
19. Nye J. Soft Power and Higher Education. 2004. EDUCAUSE. URL: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/FFP0502S.pdf> (дата обращения: 08.05.2017).
20. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs Group, 2004. 191 p.
21. Nye J. The Future of Power. N.Y.: Public Affairs, 2011. 320 p.
22. Renalda B. None-State Actors in International System of States // The Ashgate Research Companion to Non-State Actors / Ed. by B. Renalda. Burlington: Ashgate International, 2011. Pp. 3-18.
23. Risse Th. Transnational Actors and World Politics. Handbook of International Relations / Ed. by W. Carlsnaes, Th. Risse, B.A. Simmons. L.: Sage, 2002. Pp. 255-274.
24. Tailor Ph. M. Munitions of the Mind, A History of Propaganda From the Ancient World to the Present Era. Third Edition. Manchester: Manchester University Press. 2003. 272 p.

Об авторе:

М.М. Лебедева – д.полит.н., к.псих.н., профессор кафедры мировых политических процессов МГИМО МИД России. Россия, 119454, Москва, проспект Вернадского, 76.

SOFT POWER: THE CONCEPT AND APPROACHES

M.M. Lebedeva

DOI 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223

Moscow State Institute of International Relations (University)

The article examines the correlation of two concepts: «soft power» and «propaganda» in International Relations. The author argues that within realism these concepts are used synonymously, but within neoliberalism they have fundamental differences. The parameters of comparison of the neoliberal and realistic approaches are given with reference to the concept of soft power. It is noted that, despite the differences between these approaches and between the concepts of hard power and soft power, the opposition of the concepts is not an absolute one. Soft power and hard power, according to J. Nye, can be represented as a continuum. Similarly, propaganda and soft power can also merge into one another. It is shown that, contrary to the widespread notion that the field of application determines the choice between soft and hard power (for example, education, culture are associated with soft power), in fact it does not. The coercive imposition of cultural norms, educational models is a manifestation of hard power. One of the most common tools for implementation of soft power is public diplomacy, which can be carried out through both official channels (public speeches of officials) and informal channels (NGOs, universities, etc.). It is emphasized that non-state actors can be agents of states' soft power. There are also a number of other features of soft power that must be considered. Among them are such characteristics as specificity of a region and a country; competition in soft power of different countries in the same region; negative consequences of the use of soft power and others.

Key words: Soft power, public diplomacy, realism, liberalism, propaganda, non-state actors, a state.

References

1. Dolinskii A.V. Diskurs o publichnoi diplomatii [Discourse on Public Diplomacy]. *Mezhdunarodnye protsessy*. 2011, vol. 9, no. 1 (25), pp. 63-73. (In Russian).
2. Dolinskii A. Chto takoe obshchestvennaia diplomatia i zachem ona nuzhna Rossii? [What is public diplomacy and why does Russia need it?]. *Rossiiskii sovet po mezhdunarodnym delam*. 2012. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/chto-takoe-obshchestvennaya-diplomatiya-i-zachem-ona-nuzhna> (accessed: 08.05.2017). (In Russian).
3. Kononenko V. A. Sozdat' obraz Rossii? [To create an image of Russia?]. *Rossii v global'noi politike*. 2006, no. 2. URL: http://www.globalaffairs.ru/number/n_6562 (accessed: 08.05.2017). (In Russian).
4. Kubyshevskii A.I., Tsvetkova N.A. *Publichnaia diplomatia SShA* [Public Diplomacy of the United States]. Moscow: Aspekt Press Publ., 2013. 271 p. (In Russian).
5. Lebedeva M. Predmetnoe pole i predmetnye polia mirovoi politiki [Subject field and subject fields of world politics]. *Mezhdunarodnye protsessy*. 2004, vol. 2, no. 5, pp. 97-108. (In Russian).
6. Lebedeva M.M., Borishpolets K.P., Ivanova N.A., Chepurina M.A. *Tsentral'naia Aziia. Sotsial'no-gumanitarnoe izmerenie* [Central Asia. Social and humanitarian dimension]. Moscow: Aspekt Press Publ., 2016. 224 p.
7. Lebedeva M.M., For Zh. Vysshee obrazovanie kak potentsial «miagkoi sily» Rossii [Higher Education as a Potential of "Soft Power" of Russia]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. 2009, no. 4, pp. 200-205. (In Russian).
8. Lebedeva M.M., Rustamova L.R., Sharko M.V. «Miagkaia sila»: temnaia storona

- (na primere Germanii) ["Soft power": the dark side (on the example of Germany)]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. 2016, no. 3. pp. 144-153. (In Russian).
9. Mukhametov R.S. Spetsifika obshchestvennoi diplomatii kak instrumenta vneshnei politiki gosudarstva [Specificity of Public Diplomacy as an Instrument of the State's Foreign Policy]. *Izvestiia Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 3. Obshchestvennye nauki*. 2014, no. 2 (128), pp. 84-90. (In Russian).
 10. Nai Dzh. *Gibkaia vlast': Kak dobit'sia uspekha v mirovoi politike* [Soft Power: The Means to Success in World Politics]. Novosibirsk: FSPI "Trendy", 2006. 221 p. (In Russian).
 11. Panova E.P. Sila privlekatel'nosti: ispol'zovanie «miagkoi vlasti» v mirovoi politike [The power of attraction: the use of "soft power" in world politics]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*. 2010, no. 4 (13), pp. 91-97. (In Russian).
 12. Panova E.P. «Miagkaia vlast'» kak sposob vozdeistviia v mirovoi politike ["Soft power" as a means of influencing world politics]. Thesis for PhD degree in political science. Moscow: MGIMO, 2012. 160 p. (In Russian).
 13. Rustamova L.R. Osobennosti «miagkoi sily» vo vneshnei politike FRG [Features of "soft power" in the foreign policy of Germany]. *Vestnik MGIMO – Universiteta*. 2016, no. 1 (46), pp. 118-128. (In Russian).
 14. Torkunov A.V. Obrazovanie kak instrument «miagkoi sily» vo vneshnei politike Rossii [Education as an instrument of "soft power" in Russia's foreign policy]. *Vestnik MGIMO–Universiteta*. 2012, no. 4 (25), pp. 85-92. (In Russian).
 15. Knight J. The limits of soft power in higher education. *University World News*. 2014. 31 January. Issue 305. URL: <http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20140129134636725> (accessed: 08.05.2017).
 16. Natsios A.S. An NGO Perspective. In: *Peacemaking in International Conflicts: Methods and Techniques*. Ed. by I.W. Zartman and J.L. Rasmussen. Washington D.C.: United States Institute of Peace. 1997. Pp. 337-361.
 17. *Non-State Actors in World Politics* Ed. by Josselin D., Wallace W. N.Y.: Palgrave, 2001. 294 p.
 18. Nye J. S. *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone*. Oxford University Press, 2002. 240 p.
 19. Nye J. *Soft Power and Higher Education*. 2004. EDUCAUSE. URL: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/FFP0502S.pdf> (accessed: 08.05.2017).
 20. Nye J. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs Group, 2004. 191 p.
 21. Nye J. *The Future of Power*. N.Y.: Public Affairs, 2011. 320 p.
 22. Renalda B. None-State Actors in International System of States. In: *The Ashgate Research Companion to Non-State Actors*. Ed. by B. Renalda. Burlington: Ashgate International, 2011. Pp. 3-18.
 23. Risse Th. Transnational Actors and World Politics. In: *Handbook of International Relations*. Ed. by W. Carlsnaes, Th. Risse, B.A. Simmons. Sage, 2002. Pp. 255-274.
 24. Tailor Ph. M. *Munitions of the Mind, A History of Propaganda From the Ancient World to the Present Era*. Third Edition, Manchester University Press. 2003. 272 p.

About the author:

Marina M. Lebedeva – Ph. D. (Psychology), Dr. of Science (Political Sci.), Professor, the Head of the World Politics Department, MGIMO-University. Russia, 76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, E-mail: World_Politics@MGIMO.ru.