

## МЕКАТА ВЛАСТ В ПОСТМОДЕРНОТО ОБЩЕСТВО

Иван П. Иванов

### THE SOFT POWER IN POST-MODERN SOCIETY

Ivan P. Ivanov

*РЕЗЮМЕ:* Текстът разглежда концепцията за меката власт в постмодерното общество – властта на съблазънта, знанието, медиите и дискурса, на маркетинга и пиара. Изследването е финансирано от Изследователски проект на ШУ № РД-08-295/12.03.2015.

*КЛЮЧОВИ ДУМИ:* мека власт, постмодернизъм, Мишел Фуко, Жан Бодрияр, Пиер Бурдию, Алвин Тофлър, Жил Липовецки, Зигмунт Бауман, Джудит Бътлър

*ABSTRACT:* The text addresses the concept of soft power in postmodern society - the power of seduction, knowledge, media and discourse, marketing and PR.

*KEYWORDS:* Soft Power, postmodernity, Michel Foucault, Jean Baudrillard, Pierre Bourdieu, Alvin Toffler, Gilles Lipovetsky, Zygmunt Bauman, Judith Butler

**ОСНОВНИ АВТОРИ.** Значителен принос в разработката на идеите на «меката власт» внесе философията на постмодернизма.

**МИШЕЛ ФУКО: ВЕЗДЕСЪЩАТА ВЛАСТ НА ДИСКУРСА.** Фуко е един от първите, съединили концептуално понятията власт и дискурс. Властта е множественост на отношения на сили, иманентни на областите, където се осъществяват, реализиращи се посредством разнообразни дискурси. «Дискурсите са тактически елементи или блокове в полето на силовите отношения; в една и съща стратегия може да има най-различни и даже противоречащи си дискурси».

Дискурсите са тези сили, които обезпечават игровите ефекти на «меката власт». «дискурсът може да бъде едновременно и инструмент и ефект на властта... Дискурсът и носи със себе си и произвежда власт».

Необходимо е критично да се преразгледат предишните представи за властта, в съответствие с които тя се разглежда като сила за потискане, подчинение, господство, система за въвеждане на ред, установяване на общи правила за поведение, законност, справедливост; «юридически представи за властта - власт-закон, власт-забрана, власт-свобода, власт-суверенитет».

Властта е игра, съперничество, сблъсък на стратегии. Тя е подвижна и вездесъща. Тя изхожда отвсякъде; има разпилян, «капилярен» характер и се реализира на ниво «микро-практики» на ежедневиия живот. При това конфигурациите на отношенията на господство и подчинение имат подвижен характер.

Властта не е нещо, което се придобива или дели, удържа или губи; тя се осъществява от безчислени точки и в играта на подвижни отношения на неравенство; отношенията на власт не са във външно положение спрямо други типове отношения (икономически, ментални, сексуални), но са им иманентни; те са непосредствени ефекти от разделение, неравенство и неуравновесеност; и, обратно, те са вътрешни условия на тези диференциации; отношенията на власт не са в позицията на надстройка, когато биха играли роля на проста забрана; там, където те действат, изпълняват непосредствено продуктивна роля.

Властните отношения са едновременно и *интенционални* и *несубектни*; няма власт, без намерения и цели. «Това, обаче не означава, че тя произтича от избора или решението на някой индивидуален субект; шаб, който би ръководил нейната рационалност; никой не

управлява цялата мрежа на властта в обществото (и го заставя да функционира); рационалността на властта е рационалност на тактиките».

Властта е в *системно единство със съпротивлението*. Там, където има власт, има и съпротивление. Съпротивлението никога не е във външно положение по отношение на властта. Властните връзки могат да съществуват само като множественост на точки на съпротивление: те изпълняват по отношение на властта ролята на противник, мишена, упора. Съпротивленията са: възможни, спонтанни, диви, самотни, съгласувани, пълзящи, неистови, непримирими или склонни към съглашение, корисни или жертвени; по определение, съпротивленията могат да съществуват само в стратегическото поле на властните отношения. Те са другият полюс в отношенията на власт».

Отношенията на власт и вписаните в тях възли на съпротивление, неравномерно и нерегулярно се разпределят в социалното пространство, образувайки подвижната мрежа на властните конфигурации.

Ключови принципи за теоретично осмисляне на властта и нейните механизми са *принципът на мрежата* и *дискурсивният подход*. Всяка власт реализира своите стратегии посредством разнообразни дискурси.

Властта и знанията са производни от дискурсивните стратегии и тактики. [По: 3; 4]

**ЖАН БОДРИЯР: ВЛАСТТА НА СЪБЛАЗЪНТА.** Бодрияр въвежда в употреба понятието „съблазън“ в качеството на категория, обозначаваща силово властно въздействие в пространството на символни образи. Съблазънта е господство над символната вселена, над царството на видимостите. Тя се отнася към знака, производството на дискурси и желания. В света на образи, имиджи и виртуални обекти, съблазънта става сила, въздействието на която превъзхожда по своето влияние всички други способности на властване.

Съблазънта не се отнася към властта на материалните сили, но присъства във всички реални проявления на властта. Без силата на съблазънта властта никога не би придобила реална сила.

Стратегията на съблазънта е стратегия на прелъстяване посредством примамки, предлагани в качеството на предмети на потребление; илюзия, която очарова, кара човек да се потапя с радостно удоволствие в илюзорната реалност. В това има баснословна сила.

Източник на меката власт на съблазънта е във владенето на символното пространство на видимостите или симулаторите. Идеален модел на такова пространство е киното с неговите обреди на колективни поклонения на звездите и кинематографичния мит, свързан с вълнуващата сила на образа и кино-кумирите. Церемониите на поклонение от този род са събития на съблазън, които се конкурират с политически и социални събития.

По силата на събитийното привличане на масовото внимание съблазънта на кинокумирите е сравнима днес само с акциите на терор. Само тези две значителни събития съблазняват масите в съвременната епоха: белите светкавици на кинозвездите и черните взривове на тероризма. Тези две явления имат много общо.

Съблазънта, заключена в тези образи е пустота, тоест отсъствие на материализирана реалност. Но нематериалната сила на съблазънта се транслира в напълно материални технически средства и продукти на пазарното производство. Пустотата е символно пространство, в което господстват силите на съблазън, тоест сили, произвеждащи измамни видимости. [По: 3; 4]

**ПИЕР БУРДИЙО: ВЛАСТТА КАТО СИМВОЛЕН КАПИТАЛ.** Бурдийо разглежда политическата власт едновременно в контекста на теориите за *политическото поле* и за *социалния капитал*. Полето е социално пространство, в което отделните лица или групи се съревновават за по-високо статусно положение, за да придобият по-голям социален капитал, и с това възможност да господстват над хората с по-нисък социален статус и капитал (икономически, културен, политически и др.).

Особено значение за разбиране на характера и особеностите на политическата власт има *символният капитал* - устойчиви системи от ценности, вярвания и ментални образи на света, които, влизайки в структурата на общественото съзнание, осигуряват легитимността на субектите на властта, укрепват статусните им позиции в полето.

Държавата е място на изключителна концентрация на символна власт. Тя разполага с мощни средства за налагане и внушение на устойчиви принципи на възприемане на света - *информационен и културен капитал*. Държавата обединява културния пазар, унифицира всички кодове: правов, езиков. Чрез образователните структури и обществените ритуали държавата формира менталните структури и налага общи принципи на виждане и делене, т.е. формира националната идентичност. [4]

**АЛВИН ТОФЛЪР: ВЛАСТТА НА ЗНАНИЕТО.** Тофлър описва политическата власт като система от отношения, съчетание на универсалните източници – насилие, богатство, знание. Те образуват триадата на властта.

В различните исторически епохи това съотношение е било различно. В древните общества в системата на властните отношения е доминирала силата. В индустриалното общество - богатството. В съвременното информационно общество – знанието.

По думите на Тофлър, знанието е престанало да е приложение към властта на парите и силата, знанието е станало тяхна същност. То е техен пределен усилител. То е ключ към разбирането на метаморфозите на властта и това обяснява защо битката за контрол над знанията и средствата за комуникации се разгаря по целия свят.

Знание е всяка информация, представа, образ, ценност, подход и прочие символически продукти на обществото, независимо от това дали са «истинни», «приблизителни» или «лъжливи». Това е *разширение на властта на символния капитал*.

Символното пространство става главен предмет на конкурентна борба на субектите на политическата и икономическа власт. Особена роля - на самостоятелен и мощен играч придобиват СМИ, благодарение на които става не само трансляция, но и конструиране на образи и смисли, формиращи картината на реалния свят. Именно СМИ като производител на знания става този източник на власт, за правото на контрол над който днес се водят основните сражения в света на политиката. [4]

**ЖИЛ ЛИПОВЕЦКИ: ВЛАСТТА НА МАРКЕТИНГА И ПИАРА.** Липовецки анализира съблазняването като особена стратегия, пронизваща всички съвременни реалности – политика, производство, образование, услуги, бит, интимен живот. Съблазняването като социална сила провокира желание за наслаждение. Революцията в потреблението е извела правото на наслаждение като висша човешка ценност. В резултат системата от ценностни ориентации в обществото на масовото потребление се е изместила по посока на хедонизма, персонализиращия индивидуализъм и нарцисизма.

Съблазняването в постмодерното общество е станало повсеместна невидима сила, която се стреми да регулира потреблението, организацията, информацията, образованието, нравите. Стратегията на съблазняване е съблазънта на богатството на избора, изобилието на потребителски блага и услуги, гъвкавостта на предложенията.

Бурното развитие на информационните технологии порождат нова вълна на съблазняване - на интерактивността, персоналната въвличеност в производството на информационния продукт, собствената значимост в Интернет-пространството, новите възможности за себеизразяване чрез социалните мрежи.

Маркетинговата и информационна революция пораждаат особени комуникативни технологии на „меката власт“ - разнообразни видове PR, медийни похвати на ментално въздействие, шоу-политика. В мащабните маркетингови и мас-културни комуникации са заложени «меката власт» на потребителското съблазняване и развлекателните шоу-техники.

В епохата на глобализация и геополитическа конкуренция, инструментариумът на «меката сила» започва да се разглежда в качеството на важен властен ресурс. [По: 5]

### **ЗИГМУНТ БАУМАН: ПОСТФОРДИСТКАТА ВЛАСТ НА СЪБЛАЗНИТЕ.**

Бауман противопоставя на съвременната епоха на лека, текуща съвременност епохата на „тежката съвременност“. Нейна ментална проекция е фордисткият модел на света, основан на твърдо разделени йерархически функции. Свят на „завода на Форд“ с неговия разделен рационализъм, управленчески централизъм, «щателно разделение между проектиране и изпълнение, инициатива и следване на указания, свобода и подчинение, новост и детерминация, свят на авторитети, лидери, законодатели, конструктори и контролори, експерти.

На смяна на фордизма идва обществото на потреблението - лекият постфордистки свят, пълен с безкрайни възможности за потребителски избор. Този приятелски за потребителя лек свят не отменя авторитетите, а до безкрайност ги умножава. В резултат нито един от тях не е такъв дълго време.

Основни сили, организиращи живота на потребителя в лекото общество са *съблазните*. Те са тази «мека сила», която насочва желанията на потребителите към нови възможности за притежание на потребителски ценности. Ценностно-нормативното съдържание на потребителските желания постоянно се изменя под натиска на модата и общественото мнение.

Бауман обръща внимание на смяната на инструментите за властване. Ако във фордисткия свят главен способ за осъществяване на властните функции е била дисциплината, основана на подчинени на всеки висшестоящ и на висшата властна инстанция (Големият Брат), то в съвременния свят дисциплинарната власт се оказва разсредоточена и концентрирана в значителна степен в масмедиите. Именно те често дават на индивида ориентири в бързоменящите се модни тенденции и способности за идентификация. Екранните зрелища са приели властната функция на дисциплинарно форматиране на общественото съзнание, ставайки едно от възплъщанията на „меката сила“. «Зрелищата, – пише Бауман, – идват на мястото на надзора, без загуба на дисциплиниращата сила на своя предшественик. Подчинението на стандартите (пластично и изящно адаптируемо подчинение на гъвкави стандарти) сега се достига чрез съблазън и изкушение, а не чрез принуда и се проявява в осъществяване на свободна воля, а не в следствие на външен натиск». [По: 3]

**ДЖУДИТ БЪТЛЪР: ПСИХИКАТА НА ВЛАСТТА.** Бътлър е основният автор в постмодерната кратология. Тя разработва нов подход към проблема за властта и субективността – теория за психиката на властта. Тя изследва механизмите за задействане от властта на интимните чувствени преживявания на субекта (привързаност, разочарование, меланхолия и др.), които в действителност са форма на участие на субекта в своето собствено подчинение.

**ДЖУДИТ БЪТЛЪР: ПАСИОНАРНА ПРИВЪРЗАНОСТ.** Ключово понятие за Бътлър е понятието *пасионарна привързаност* - характерно за субекта чувство за привързаност към подчинение. Човек не просто се нуждае от признание, той е зависим от властта за самото си формиране, което е невъзможно без ситуации на зависимост. Пример за това е формирането у детето на чувство за привързаност към родителите. То не е акт на свободна воля, а пасионарна привързаност, която, от една страна е неизбежна и е неотменима конститутивна характеристика, и от друга страна е съставляващ феномен за психиката на властта, от който той не може да се откаже.

Основен парадокс на механизма на пасионарна привързаност е това, че психиката на властта функционира и тогава, когато субектът осъзнае, че тази привързаност му е била наложена и се стреми да се избави от нея. Резултатът е неизбежното самоосъждане, което не означава освобождаване от зависимостта, а обратното. [1]

**ДЖУДИТ БЪТЛЪР: СУБЕКЦИЯТА.** *Субекция* означава процеса на формиране на

субекта чрез властта. Субекцията е парадоксална форма на власт. Тя не е външна зависимост от властта, а усещане, че властта те формира отвътре. Властта не е само външна сила, определяща мястото на субекта в йерархиите, потискаща, субординираща сила, поставяща в зависимост и в подчинено положение. Тя е интерсубективна сила, представляваща колективното безсъзнателно, намираща се в самия субект и установяваща неговата идентичност (Фуко). Властта обезпечава самото ни съществуване и траекторията на нашите желания. Властта не само ни противостои, тя е дълбоко в нас. Властта се внедрява в нас, и, отслабени от нейната сила, ние интернализираме или приемаме нейните термини.

Субекцията означава процеса на формиране на субекта чрез властта. Абсолютна свобода не съществува. Ние всички сме субекти, а субектът създава властта. Господарят не може без роб, но и робът не може без господар. Връзката е по-силна от любовта. Човек може да бъде независим само ако предварително се подчини на установените правила. [1]

Бидейки неизбежно част от едно общество, ние сме конституирани от него. Властта над и от нас не е нещо чуждо и “чудовишно”. За да бъдем себе си (субект), ние в крайна сметка трябва да сме страстно привързани към подчинението? [8]

**ДЖУДИТ БЪТЛЪР: МЕКАТА ВЛАСТ НА ДИСКУРСА.** Тя се изразява във фундаменталната зависимост от дискурса, който ние никога не избираме, но който дава начало на нашата дейност и я поддържа.

Властта се реализира в дискурсите, които произвеждат ефекти на субординация и идентификация на субектите. Чрез дискурса властта е интерсубективен инструмент за неговото подчинение и самоидентификация на субекта. [1]

Бътлър коментира примера на Алтюсер: човек върви по улицата. В един момент полицай извиква: “Ей, ти!”. Човекът има избор: да се обърне или не. Той се чувства разпознат в призива на полицаия, защото е обвързан с властта, в случая с полицията, по начин, по който възприема себе си като *подчинен*. Независимо дали е виновен за нещо или не. В съзнанието си човекът е *длъжен*, а това е съвестта му – подчинената му съвест. [8]

По сходен начин ние зависим от очакваното и зададеното (нямаме свобода), когато “изграждаме” своята идентичност. Човек се нуждае от признание като субект и това признание се осъществява в ефекта на субординация, произведен от властта. Индивидът става субект само когато премине през процедурата на властната субординация. Вътрешното приемане на властта и формирането на субекта (субекция) са взаимосвързани амбивалентни явления. [1]

Човек се нуждае от признание като субект и това признание се осъществява в ефекта на субординация, произведен от властта. Индивидът става субект само когато премине през процедурата на властната субординация. Вътрешното приемане на властта и формирането на субекта (субекция) са взаимосвързани амбивалентни явления. [6]

Най-фината форма на подчинението е изградената ни социално съвест. Именно тя ни казва, каква роля имаме право и трябва да осъществяваме, на нея робуваме. Оттам и морал, етика, закони. Те са вкоренени посредством съвестта. А това е по-дълбокия аспект на социалните действия – конституирането на идентичностите. Идентичностите в механизмите на господство и подчинение, на власт.

В съвременната кратология концептът «мека власт» обикновено се интерпретира от позициите на дискурсия анализ. Самият дискурс се разглежда като главен инструмент и транслатор на «меката» властна сила. Властването посредством различни дискурси се разглежда като способ за ефективно комуникативно въздействие, който внушава на субектите определен начин на мислене и поведение. Дискурсите формират матрици от ментални фигури и знакови образи, приоритети на смислови значения, думи, управляват менталното и символично пространство на културата. [1]

**ДЖУДИТ БЪТЛЪР: ДЖЕНДЪР И ВЛАСТ. ПЕРФОРМАТИВНАТА СУБЕКТИВНОСТ.** Според Бътлър, дискурсът, разглеждан като «мека властна сила» е инстру-

мент за производство на джендърна идентичност. Джендърът е дискурсивен конструкт (и ефект), формиран в определена система на властни отношения, породени от разпределението на социалните роли и статуси между жените и мъжете. Той се изразява в системата от нормативни предписания по отношение на външност, поведение и демонстрация на половата идентичност - «перформация на джендъра» (перформативна субективност). Джендърът не е някакво автентично ядро на идентичността или нейна същност, нещо устойчиво и универсално, а е перформативна репрезентация, представяща това, което правим в дадения момент. Човек не е мъж или жена, а е такъв в степента, в която в момента се чувства мъж или жена.

Властта е дискурсивна практика, ментално конструираща различия, които отговарят на потребностите на субектите от самоидентификация и закрепват в масовото съзнание някакъв императив за неравенството на възможностите (джендърна асиметрия). [3; 4]

**КЕНАН МАЛИК: АНТИ-БЪТЛЪР.** Бътлър има много критици. Един от най-ярките е Кенан Малик. Самото заглавие е показателно: „Интелектуални шарлатани и академични ловци на вещици.“ Малик атакува основният тезис на Бътлър – че всички ние сме конституирани в дискурс, във властови отношения, и от този дискурс, от тези отношения, ние не можем да избягаме. Той пише: „Или, с думите на Бътлър: тъй като съм създадена от социални властови отношения, то никога не мога да избегна тези властови отношения, без да престана да съществувам. Никога не мога да поставя под съмнение системата по какъвто и да е разбираем начин, тъй като „властта винаги е вече тук“. Мога само да работя вътре в нея, да си издълбая някакво пространство, да обърна срещу самия него езика на подчинение, който ме държи в плен, за да се надсмивам над моя затвор, да нарушавам правилата като се държа по малко по-различен, пародиен начин. Въпреки целия си заявяван радикализъм, политиката на Бътлър, също като онази на множество други пост-структуралисти, е политика на жеста, а не на промяната.“ [2]

**ВЛАСТТА И ЛИДЕРСТВОТО В ПОСТМОДЕРНИЯ СВЯТ.** Успехът в управлението в постмодерните общества зависи от "талант, доверие и мека власт".

Експертите по лидерството съобщават за повишен успех на това, което понякога се разглежда като женствен стил на лидерство. От гледна точка на половите стереотипи, патриархалният стил на ръководство е категоричен, конкурентен, автократичен и фокусиран върху командването на поведението на другите. Женският стил е кооперативен, участващ, интегративен и насочен към кооптиране на поведението на последователите. Когато жените са вървели към върха на организациите със стереотипно мъжествен стил, те често са били наказани за това. Днес, с информационната революция и демократизацията, изискващи по-голямо участие и интегративно лидерство, „женският“ стил се превръща в път към по-ефективно лидерство както за жените, така и за мъжете. Лидерството се вижда по-малко в героични пози на издаване на заповеди, отколкото в споделяне и насърчаване на участието на цялата организация, група или мрежа. Меката власт може да надделее над твърдата власт.

Има и други мнения. Меките лидери трудно се справят с трансформация в случаи на огромна съпротива или инерция. Макар, че насилието е в ущърб на ефективността на организациите, има случаи на „хулигани“, които често успяват: Стив Джобс и Бил Гейтс не са известни с меко докосване. По същия начин в политиката, твърдостта на Маргарет Тачър я направи по-ефективен премиер.

И докато някои изследвания съобщават, че макиавелизъм (дефиниран като манипулативно експлоатиращо и измамно поведение) е отрицателно свързан с лидерството, други изследвания са установили положителна връзка. [7]

**ПОСТМОДЕРНОСТ И МЕКАТА ВЛАСТ.** В постмодерното общество, където най-важни ресурси са експертните знания, новите информационни технологии, научно-

производствените иновации, креативните практики, закономерно се формира представа за обществото като «общество на знанието» и „информационно общество“ и се разработват различни представи за меката власт в него.

В „обществото на знанието“ в качеството на мека власт се явяват знанията от типа на know how, тоест компетентности във формата на опит и майсторство.

В теориите за информационното общество се акцентира на комуникативните технологии на мека власт, които произвеждат и транслират не толкова компетентности, колкото информационни опаковки на разнообразните контексти.

Дискурсът на обществото на знанието е близък до дискурса на Модерна. Дискурсът на информационното общество вече е дискурс на Постмодерна - дискурс на нарцисизма и шоуто, на съблазна на комуникативната интерактивност, съблазна на многообразието на възможностите за саморепрезентация в информационните мрежи.

В постмодерното информационно общество основни инструменти за властно въздействие стават дискурсите на меката власт. Тези дискурси образуват комуникативни полета и мрежи, които позволяват да се осъществи такова преформатиране на масовото съзнание, при което предложенията на властните инстанции се възприемат от субектите като вътрешен доброволен и свободен избор, като проява на собствена интенция към идентичност. В основата на фините въздействия от този род са механизмите на културно-индивидуалистичния, пазарно-маркетингово и шоу-политически съблазняване. [3]

**МАРКЕТИНГ И МЕКА ВЛАСТ.** Маркетинговата и информационна революции породиха особени комуникативни форми на мека власт – дискурсите на PR, публичните медиадискурси, дискурсите на шоу-политиката.

Разцветът на обществото на масовото потребление и масовата култура става възможен благодарение на мащабното приложение на заложената в маркетинговите и маскултурни комуникации «мека власт» на потребителския съблазън и развлекателните технологии.

*Развличай и властвай!* – това е девизът на съвременната мека власт на масмедията, поп-културата, шоу-бизнеса, спорта и другите маркетингови индустрии, базирани на развлекателна стратегия.

Съединението на силовите механизми на властта с маркетинговите комуникативни практики на меката власт придава на властните структури устойчиво равновесие, гъвкавост и подвижност.

Същността на многообразните политики и практики на меката власт е дискурсивното управление на символните пространства на политиката. Тя е в тънкото и гъвкаво въздействие на менталните структури на масовото съзнание – обществени представи, предпочитания, увлечения, развличения, удоволствия, преживявания, мечти, идеали, страхове. Тя притежава способността да формира, удържа и възпроизвежда такива нематериални източници и видове легитимации, като лоялност, съгласие, признание, идентичност, имиджева харизматичност, вяност на бранда.

Към меката власт спадат комуникативните ресурси на властта – символната политика и политиката на идентичност.

Под символна политика се разбира използването на символните ресурси на властта - определени способности на интерпретация на действителността с цел легитимация и заздравяване на конкретната конфигурация на властните отношения. Това е борба за налагане на легитимна визия на социалния свят. Това е и дискурсивна властова практика.

Символната политика на държавата като проява на меката власт на ниво ментално форматиране и опериране със смисли произвежда и поддържа символите на властта.

Идеята за «мека власт» като комуникативен ресурс за смислопроизводство получава концептуално развитие в различни теории за социална, национална, гражданска и пр. идентичности. Меката власт е нематериален феномен, произвеждащ посредством символни форми и практики ментално и поведенческо позициониране на субекта в разнообразни

социални йерархии. Осъзнаването, преживяването и признанието на идентичностите се съпровожда от доброволно включване на хората в комуникативното пространство на определена общност води до формиране на отношения на солидарност, общи поведенчески и ролеви модели, а също стратегии за заемане на достойно място в социума.

Идентичността като ефект на «меката власт» сплотява хората в едно солидарно социално цяло, което е основата за стабилизация на политическите институции.

Меката власт на идентичността е важен ресурс за макрополитическо строителство - консолидация, солидаризъм, самобитност, национална и културна самоценност, нация-строителство (nation building), наднационална интеграция.

Дискурсивните практики на меката власт най-активно се прилагат в бранд-имиджовата PR-комуникация, насочена към моделиране на конкурентноспособни образи на конкретни институти и субекти посредством специализираните технологии на имиджиране, брендинг, реклама, медиен фрейминг, медиакултурен импринтинг и др. Структурни компоненти на дискурса на бранд-имиджева комуникация са стратегиите на позициониране, съблазняване, ментално преформатиране, социеталност.

- Позициониране – процедури за индивидуализация на субекта, разстройване на конкурентите, идентификация на субекта с моделни образи.
- Съблазняване – използване на риторически похвати, визуални и аудиални емоционално-заразителни средства с цел доброволно ментално присъединяване на публиката към моделни образи.
- Ментално преформатиране (в теорията за медиадискурса - прайминг) – внушаване на нов дискурс, в който доминират зададените модели на възприемане и интерпретация.
- Социеталност - достигане на лоялност и доверие спрямо носителя на символния образ посредством приписването му на такива социално значими атрибутивни свойства, които водят до обществено съгласие. [По 3; 4]

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Butler, J. (Батлер, Джудит (2002) Психика власти: теории субъекции. — Харьков; СПб.
2. Malic, K. (Малик, Кенан (2012) Интелектуални шарлатани и академични ловци на вещици. //Либерален преглед. 12.09.2012.
3. Rusakova O.F. (Русакова, О.Ф. (2010) Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии. // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. Вып. 10.
4. Rusakova O.F. (Русакова, О.Ф. (2010) Современная политическая философия: учеб. пособие. - Екатеринбург.
5. Toffler A. (2003) (Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.
6. Butler, Judith (2014) Power precedes the subject. // Posted on April 19, 2014.
7. Nye, J. S. Jr. Soft Power, Hard Power and Leadership.  
<[http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/talks/docs/11\\_06\\_06\\_seminar\\_Nye\\_HP\\_SP\\_Leadership.pdf](http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/talks/docs/11_06_06_seminar_Nye_HP_SP_Leadership.pdf)>
8. The Psychic Life of Power | или за свободата в робството. //  
<<http://kropotko.wordpress.com/Posted on November 27, 2013>>

Prof. Ivan P. Ivanov, PhD  
ivanov1@gbg.bg