

# COMUNICAREA POLITICĂ: DEFINIȚII, TIPURI ȘI FUNCȚII

Ludmila RUSNAC,  
masterandă, Academia de Administrare Publică  
pe longă Președintele Republicii Moldova,  
șef Direcție generală  
Onvățamont, Tineret și Sport, raionul Briceni

## SUMMARY

In this article we speak about political communication, its definitions, types and functions. The communication is a irreversible process, which involves the behavior adjustment.

Now days the political communication supposes some special characteristics for example: actors of political communication, strategies, marketing techniques etc.

The political communication has its standards at the level of different forms, rules, strategies and political situations.

Comunicarea politică presupune realizarea unor obiective politice, car-

acteristice acestui domeniu. Aceste obiective sunt corelate cu funcțiile domeniului politic, care se desfășoară într-o formă specifică.

Funcțiile și principiile comunicării politice reprezintă un ansamblu structural care susține ontregul edificiu al fenomenului: un principiu de bază este că “nu putem să nu comunicăm”, iar competența de comunicare este funcția de bază a comunicării.

Primele lucrări legate de definirea funcțiilor comunicării au apărut în contextul retoricii. O primă clasificare a funcțiilor comunicării a fost efectuată

de către Stagiri, potrivit căruia ele sunt:

- funcția politică sau deliberativă, atunci când discursul stabilește oportunitatea unei acțiuni cu caracter public;

- funcția forensică sau judiciară, care constă în dovedirea justeții sau imoralității unor fapte deja realizate, pe care le aprobă sau incriminează;

- funcția epideictică sau demonstrativă, axată pe elogierea sau blamarea unor personalități, pe exprimarea satisfacției față de un eveniment favorabil.

O clasificare reușită a funcțiilor comunicării a fost expusă de către T.Gamble și M.Gamble. Toate aceste funcții, care se reflectă în diferite domenii din societate, au o influență și asupra funcțiilor comunicării în domeniul politic.

Comunicarea politică are anumite caracteristici specifice anume acestui domeniu:

- orice instituție politică joacă un proces de comunicare atot rolul de emițător, tot și de receptor;

- orice instituție utilizează un realizarea activităților sale informații de natură internă și externă;

- fiecare componentă a instituției date reflectă prin informațiile vehiculate un anumit tip de procese, și în cazul nostru procese politice.

La nivelul domeniului politic această funcție se referă la acele modalități specifice, prin care se vor realiza planurile și programele întocmite anterior. Reieșind din funcțiile comunicării, putem specifica anumite principii ale procesului comunicativ.

Comunicarea este inevitabilă pentru un om normal. Chiar dacă nu dorim să comunicăm cu o anumită persoană, noi facem acest lucru prin comportamentul nostru. Comunicarea este un proces ireversibil, deoarece nici un element al comunicării nu rămâne static. Orice situație care implică două sau mai multe persoane este o situație interpersonală, adică o situație de comunicare inevitabilă. Comunicarea este expedită diferit: cuvinte, voce, ton, limbajul trupului, mimica, ges-

tica, vestimentația etc. Un om totuși comunică, fiecare organ emite semne, care semnifică ceva, numai că omul nu le poate conceptualiza pe toate.

Comunicarea este simetrică și complementară. Conform acestui principiu, simetria se dezvoltă atunci când doi indivizi se aseamănă, acționează la fel. Relația simetrică stimulează creativitatea. Câteva nuanțe ale principiilor comunicative au fost elaborate de către reprezentanții Școlii de la Palo Alto, care au fost numite axiome. Printre ele putem nominaliza:

- c o m u n i c a r e a implică raporturi de putere între parteneri, de aceea un raport absolut egal este utopic;

- c o m u n i c a r e a implică procese de acomodare și ajustare a comportamentelor.

Această axiomă este premisa că oamenii sunt diferiți, de aceea ei vor putea să comunice numai atunci, când se vor acomoda reciproc la stil, mod, expresia lingvistică. Numai în cazul armonizării opiniilor și intereselor se va ajunge la un acord comun.

Este cert faptul că lucrătorii din domeniul politic și public trebuie să învețe a comunica.

În primul rând, relațiile politice presupun respectarea unor norme de comportament. Cunoașterea și respectarea acestor norme ne demonstrează un anumit nivel al culturii comunicaționale. Noțiunea de "cultură" semnifică un anumit nivel de dezvoltare. Cultura comunicativă presupune un nivel înalt în comunicare, care se axează pe anumite norme și valori. Cultura

comunicării politice presupune:

- un nivel onalt de comunicare , adică arta vorbirii și ascultării;
- iscusința de a percepe și onțelege partenerul;
- arta de a iniția relații cu oricare partener și a ajunge la finalul dorit.

Calitățile profesionale și abilitățile de comportament sunt parametrii principali pentru un om politic sau administrator public care sunt necesare on activitatea de fiecare zi. Cultura comunicării politice presupune și un nivel onalt al culturii etice, adică partenerul trebuie tratat ca o personalitate cu toate calitățile sale pozitive. Principiile de bază ale culturii comunicative reies din normele de etichetă. Astfel de calități ca profesionismul și onestitatea sunt necesare on condițiile contemporane și determină primul principiu.

Un alt principiu, la fel de important, este toleranța. Pot fi menționate și principiile de tact, justețea, principialitatea, politețea, respectul față de părerea altuia.

Cultura politică onglobează și astfel de noțiuni, cum ar fi calitatea comunicării, crearea climatului psihologic pentru o comunicare eficientă, limbajul. Normele de etichetă care trebuie respectate on actul de comunicare țin de principiile etice.

Ascultarea ponă la capăt a interlocutorului. Un om bine educat oși ascultă atent partenerul, dond dovadă de tact și respect pentru el. La prima vedere, se pare, că nu-i nimic mai simplu decot a tăcea și a asculta. Dar se știe din

practică: oamenii nu respectă această cerință a comunicării. Trăim un secol grăbit, supranumit secol al vitezelor. Aceasta se reflectă și on procesul de comunicare, și mai ales on procedura de ascultare. Un alt principiu care, la fel nu se respectă astăzi on procesul de comunicare, este ontervenția on comunicarea interlocutorului, care on situațiile normale nu este acceptabilă, deoarece dă dovadă de lipsă de tact. Dar respectarea acestei reguli depinde de vorbitor: dacă este laconic, are simțul măsurii și nu face risipă de timp. On celelalte cazuri ontervenția se admite, dar cu respectarea normelor morale.

Caracterul și locul ontervențiilor depind de caracterul comunicării și de atmosfera on care se desfășoară. On situațiile oficiale, ontervențiile se fac după oncheierea mesajului. Cond situația este neoficială, ontervențiile pot fi făcute și on procesul discuției, dar cu respectarea anumitor reguli. Orice ontervenție trebuie făcută on limitele bunei cuviințe.

Un alt principiu ce ține de cultura comunicării este alegerea temei pentru comunicare , este punctul vulnerabil al politicianilor, al administratorilor și managerilor de astăzi. Uneori, insuccesul vine de la incapacitatea acestora de a alege tema potrivită pentru o comunicare. On primul rond, trebuie să ne asigurăm interlocutorul sau auditoriul cu tema, on care ei sunt interesați. Este o lipsă de tact a obliga pe cineva să discute un subiect care nu-l interesează.

Volumul timpului destinat comunicării este un alt principiu de

cultură a comunicării. Un mare filozof a spus, că a vorbi mult onseamnă a atenta la timpul celui care te ascultă. De aceea, fiecare mesaj trebuie să fie laconic, conținond doar informația strict necesară.

Principiul menținerii tonului comunicării. Evident, tonul comunicării se realizează on mare măsură prin vocea vorbitorului. Intensitatea vocii trebuie să fie suficientă pentru a fi auzită normal de către interlocutor. On fine, se poate constata, că vocea și tonul, cu toate caracteristicile lor, constituie un factor hotărator on comunicarea orală, determinond calitatea transmiterii mesajului de la emițător la receptor.

Comunicarea politică are un caracter specific, derulează conform unor anumite “reguli de joc” și conform unor principii speciale.

On primul rond, schemele comportamentale sunt elaborate nu de anumite persoane, ci de anumite structuri obștești sau politice și de aceea ele poartă un caracter general. Conform acestor reguli, comportamentul poartă un caracter instituțional și este administrat de instituții speciale.

On al doilea rond, comunicarea politică se caracterizează prin aceea că partenerul este mijloc, dar nu subiect. Comunicarea cu partenerul are loc pentru atingerea unui scop comun. De aceea caracteristicile personale ale partenerului sunt utile numai pentru efectuarea unui proiect concret.

On al treilea rond, comunicarea politică impune fiecărui partener un rol anumit, pentru a atinge scopul

propus.

On al patrulea rond, on procesul comunicativ au importanță regulile, normele și procedurile care au fost programate sau chiar impuse la moment. Cultura comunicării politice presupune acele norme, reguli și principii, care sunt aplicate on procesul comunicațional. Modelul de parteneriat este idealul comunicării politice. On fața fiecărui om politic sau administrator stă problema atingerii scopului profesional, fără a utiliza modele neacceptate sau un comportament autoritar și manipulativ.

Comunicarea politică poate fi de trei tipuri: reflexivă, nereflexivă și directivă.

Comunicarea reflexivă este legătura retroactivă cu interlocutorul, care este utilizată pentru verificarea atenției partenerului. Acest tip de comunicare este utilizat on cazurile unor deficultăți.

Comunicarea nereflexivă. Acest tip de comunicare presupune cointeresarea de subiect și susținerea lui. Comunicarea nereflexivă este abilitatea de a asculta și de a nu ontrerupe interlocutorul. Comunicarea nereflexivă este benefică on cazul on care partenerul demonstrează sentimente profunde de furie, oncontare, durere.

Comunicarea directivă este comportamentul rațional și emoțional față de partener. Directiva pozitivă favorizează o atmosferă de prietenie, de conlucrare. Directiva negativă favorizează o atmosferă critică și tensionată.

Comunicarea politică este o interacțiune instituțională – o

interacțiune între actorii politici, mass-media, public și electorat. Comunicarea politică este spațiul în care se schimbă discursurile contradictorii ale actorilor, care au legitimitatea de a se exprima asupra politicii și care sunt oamenii politici; ziariștii (mass-media); opinia publică prin intermediul sondajelor de opinie.

Elementele principale în comunicarea politică le constituie simbolurile. Miturile constituie partea de sus a gamei de procedee de simbolizare. El este un mijloc de convingere în campaniile electorale.

Valorile pot fi definite ca niște credințe mobilizatoare de afecte cu scopul de a justifica atitudini, opinii și comportamente. Astfel de valori ca libertatea, dreptatea, egalitatea, solidaritatea etc. oferă subiectului sentimentul de siguranță în sine.

Jocurile de imagine și de roluri presupun relațiile dintre indivizi, care, în definitiv, sunt o punere pe scenă a prezentării de sine.

Obiectele materiale pot fi investite din punct de vedere simbolic. Monumentele, statuile, emblemele populează și structurează imaginarul politic al popoarelor.

În viziunea lui Edelman, există două forme simbolice care sunt utilizate mai frecvent în instituțiile politice și anume: ritualul și mitul. Ritualul este activitatea motrice care îl implică în mod simbolic pe participanți într-o întreprindere comună. Ritualurile politice, la care participă masele, sunt cele mai reprezentative. Astfel de manifestări sunt

ceremoniile patriotice, care afirmă măreția, eroismul și noblețea națiunii. Mai putem numi și ritualul campaniilor electorale și al dezbaterilor politice.

Comunicarea politică modernă include procedurile, normele și acțiunile prin care este folosită și organizată informația politică. Regulile de bază ale comunicării politice sunt:

- coerența, care impune abordarea marketingului politic ca un sistem, ca un ansamblu de acțiuni legate între ele și care se influențează reciproc. Nici o decizie nu poate fi luată ignorând consecințele pe care aceasta le poate avea sau contrazicând abordarea urmată până atunci;

- adaptarea campaniei la timpul prezent – luarea în considerare a tuturor factorilor existenți astăzi și nu aplicarea unei formule. Nici o campanie nu seamănă cu alta datorită dinamicii sociopolitice;

- identificarea minimală, prezentarea unei identități politice diferite de cea a adversarilor; importantă este prezentarea clară a acestei imagini și identificarea precisă în ochii electoratului, chiar dacă această prezentare este contestată de adversarii politici;

- coordonarea maximă presupune un centru de comandă unic și respectarea tuturor regulilor de prudență, necesare pentru a nu anticipa rezultatele alegerilor sau deciziile adversarilor, pentru a nu miza sau folosi informații care nu sunt sigure și verificate.

În prezent, comunicarea politică este standardizată la nivelul formelor, regulilor, strategiilor și situațiilor

politice. Standardizarea comunicării politice este argumentul de bază pentru globalizarea acestui proces. Astăzi, este utilizat modelul american de comunicare politică care utilizează strategii specifice și prin ele politicianul devine un personaj pozitiv și care face ca actorul politic să fie imediat recunoscut de electorat.

Strategiile de proiectare (de marketing) structurează proiectul actorului politic în conformitate cu “profilul pieței” electorale. Oferta (actorul politic) este proiectată după o hartă specială și este acceptată de electorat.

Strategiile de mediatizare oferă actorului politic vizibilitate în spațiul procedurilor, normele și acțiunile prin care este folosită și organizată informația politică.

În concluzie vom menționa: comunicarea politică și comunicarea publică au ca scop consolidarea oamenilor pentru a face legături în mediul în care activează. În procesul de comunicare este urmărită realizarea unor anumite scopuri și transmiterea unor anumite sensuri. Din funcțiile comunicării este determinat statutul mesajului, locul și rolul limbajului verbal și nonverbal. Reieșind din cele menționate, putem conchide, că o comunicare politică presupune astăzi niște caracteristici specifice, cum ar fi: actorii comunicării politice, strategiile, elementele limbajului simbolic, tehnicile de marketing etc.

politice. Strategiile discursive sunt utilizate pentru a comunica “mesajele politice”, pentru ca actorul politic să ofere electoratului propunerile sale. Comunicarea politică creează un spațiu de interacțiune dintre oamenii politici, mass-media și opinia publică. O formă de comunicare politică este comunicarea electorală, care presupune utilizarea tehnicilor de marketing politic. În societatea contemporană persistă două modele de comunicare politică:

- dialogul, bazat pe contactul și pe schimbul de idei cu electorul;
- propaganda, adică discursurile convingătoare lungi, pe un ton aproape agresiv, încercând să seducă auditoriul. Comunicarea politică include

## BIBLIOGRAFIE

1. Beciu C. Politica discursivă. – Iași, 2000.
2. Carnegie D. Secretele succesului.- București,1997.
3. Crăciun C. Teoria și practica negocierilor. - Chișinău, 2001.
4. Doncu V. Comunicarea simbolică. - Cluj-Napoca, 2001.
5. Dobrescu E. Sociologia comunicării.- București, 1998.
6. Edelman M. Politica și utilizarea simbolurilor. - Iași, 1999.
7. Paliu A. Cultura comunicării. - Chișinău 1999.
8. Ponișoara I. Comunicarea eficientă. - Iași, 2004.
9. Stoiciu A. Comunicarea politică. - București, 2000.