

Comunicarea politică, comunicarea electorală, discursul electoral

Dragoș Dărbăneanu

Nu de puține ori se așează semnul egalității între interpretarea termenului de comunicare politică și cel de comunicare electorală, situație care poate fi justificată din anumite puncte de vedere, dar impune anumite corecții și precizări în contextul demersului de cunoaștere științifică. Astfel, ambele forme de comunicare amintite se includ în mulțimea modalităților de comunicare publică, manifestând totuși, caracteristici specifice, care le diferențiază de alte forme ale spațiului comunicațional. Comunicarea politică poate fi directă, în cazul mitingurilor sau a diferitelor festivități cu caracter politic, sau poate fi mediată, atunci când informația și mesajul politic sunt intermediare prin mijloacele de comunicare de masă. Diferența majoră pe care o consider necesară în specificații, este legată de raporturile care se impun între comunicarea electorală și cea politică. Comunicarea electorală reprezintă de fapt un model aparte de comunicare politică, un caz particular al acesteia, prezentând caracteristici definitorii. Comunicarea politică nu poate fi redusă la cea electorală, chiar dacă are caracteristici similare cu aceasta în aceeași măsură în care comunicarea electorală nu poate fi înțeleasă dintr-o perspectivă extinsă la nivelul practicii comunicaționale ale spațiului politic lipsit de evenimentul competiției electorale. În această ordine de idei am desprins câteva caracteristici comune ale celor două forme de comunicare, explicabile prin faptul că ele, așa cum s-a sugerat anterior, nu se manifestă independent, caracterizându-se mai degrabă printr-o puternică intercondiționare:

1. În primul rând, ambele forme de comunicare dispun de un spațiu de manifestare publică, care așa cum am arătat poate fi mediat, prin intermediul mijloacelor de comunicare de masă, sau poate fi definit prin interacțiunea directă cu publicul.

2. În al doilea rând, este vorba de obiectivele urmărite în ambele cazuri, obiective care țin în principal de construcția de imagine a unei structuri sau a unui lider politic.

3. Pe de altă parte, autorii ambelor structuri comunicaționale se adresează aceluiași public, identificat cu electoratul, interpretat ca sursă de legitimare politică și ca mijloc de dobândire a puterii politice.

4. Mesajele transmise, precum și modalitățile de prezentare; cu alte cuvinte discursul comunicațional este sensibil asemănător, cel puțin ca tematică, dacă nu și ca modalitate de prezentare.

5. Nu în ultimul rând, trebuie să-i amintim pe actorii scenei politice, cei care fac obiectul debaterilor publice și care transmit, direct sau indirect, mesaje publicurilor. Acești actori politici sunt aceiași atât în cazul comunicării politice cât și în cazul celei electorale.

Acestea sunt câteva din argumentele care justifică identificarea celor două tipuri de comunicare. Pe de altă parte însă, sunt câteva precizări necesare, care acordă specificitate comunicării și deci argumente de viziune diferențiată:

1. Cea mai semnificativă diferență între cele două modalități de comunicare se referă la contextul desfășurării acesteia. În cazul comunicării politice contextul de desfășurare este informal, liber, manifestat pe baza unor intensități de expresie conjuncturale, având ca scop pregătirea unui climat de acceptare din partea populației. În contextul campaniei electorale rolurile și manifestările politice sunt prezente într-o formulă de tip instituțional, în care dinamica discursului electoral și prezența în spațiul public sunt realizate cu scopul asigurării vizibilității spațiului politic în vederea maturării actului decizional de vot, fondat pe considerente cât mai temeinice.

2. Se mai poate vorbi, desigur, de specificul și de intensitatea activităților de prezentare și acțiune politică, având în vedere că în timpul campaniilor electorale, sau în preajma acestora,