

ВЪПРОСЪТ ЗА ПОЛИТИЧЕСКАТА КОМУНИКАЦИЯ В ПОЛИТИЧЕСКАТА ПСИХОЛОГИЯ

Иван Иванов*

THE QUESTION OF POLITICAL COMMUNICATION IN POLITICAL PSYCHOLOGY

DOI: 10.54664/RRYL7720

Ivan Ivanov

Abstracts: This article examines political communication through the prism of the relational and digital world paradigm, relative to the traditional (positivist) understanding of the functions of communication between different political actors. It reviews the main definitions and assumptions about the functions of political communication today and considers questions about the meaning, language, structure, and process of political communication. The thesis is developed that the availability of modern technology is changing the tasks, tools and actors that shape the nature of political communication. The paper also outlines new fields for the study of political communication, such as the importance of interpretation, the functions of language, and changing media behaviour, as fundamental mechanisms of communication between politicians and audiences.

Keywords: political psychology; political communication; political actors; meaning and politics; language.

Въведение

В началото на настоящата публикация ще бъде направен преглед на доминиращите допускания, свързани с разбирането на политическата комуникация в контекста на политическата

* **Иван Иванов** – доц. д-р, преподавател в катедра „Психология“, Философски факултет, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“

психология. Основен аспект е, че политическата комуникация е процес, а не толкова съдържание. Този процес, не се случва автоматично, той по-често се осъществява чрез посредник – медии, което прави взаимодействието комплексно и трудно управляемо. Друго допускане е че в политиката - езика, символите и атрибутите на комуникацията се използват от политиците, за да придобият или поддържат определени властови позиции. Медиите предават, интерпретират, оспорват или поддържат различната употреба на тази власт. Още едно важно допускане е че, политическата комуникация е размяна и интерпретация на послания и смисли, които са с неясен краен резултат. Последното допускане разглежда комуникацията, като структура и съдържание между комуникатор и публика, като този процес отговаря на определени правила и изисквания.

Базови дефиниции и концепти

В свое есе Джей Дж. Блъмълър (Jay G. Blumler, 2015) разглежда шест полета на теоретизиране в сферата на политическата комуникация. Той ги разделя на основни теории и теории на дигиталната ера (последните 25 години). В основните теории се разглеждат два аспекта: теории на медийното влияние и теории на взаимовръзката политика - медия. Във втората част са описани другите четири аспекта на теоретизиране, които се свеждат до: теории на гласа, теории на актьорските роли, холистични перспективи и нормативни перспективи. От друга страна Ланс Бенет (Bennett, W. L., 1990) твърди, че някой от важните тези, свързани с преддигиталните комуникационни похвати свързани с по-силно влияние на печатните и телевизионни медии са, че проблеми които се продуцират в комуникационен план от високопоставени политици е по-вероятно да бъдат поети от медиите, докато теми повдигнати от обикновени граждани без адресат пряко към политиците е по-вероятно да потънат комуникационно. Според Есер и Стрьомбек (Esser, F. and Strömbäck, J., 2014.), за да получат добра публичност и покритие от медиите, политиците са принудени да следват медийната логика, а не политическата. По

този начин политическата комуникация става подвластна не на решаването на конкретни проблеми, а на представянето им по атрактивен за медиите начин. Обратната теза развива психолога Винфрид Шулц (Schulz, W., 2014) според когото няма универсална медийна логика, а политика комуникационно влиза в ролята на медиатор между гражданина и самата медия. Това е така, защото конкуренцията между новите и старите медии, позволява на политиците да прескачат гигантите в медийното пространство и по този начин се сформира съревнование за това, кои са най-важните политически проблеми, които политиците се конкурират да комуникират публично.

В дигиталната ера, комуникацията включително и политическата става по-неуправляема, мрежова, дава се по-голяма власт на публиката, реално всеки участник и член на социална мрежа или интернет базиран източник може да стане медия и в този смисъл да породи политическо събитие или новина. В своя статия Бенет и Сегерберг (Bennett, W. L., and Segerberg, A., 2013) допускат, че хора които имат близки ценности и нагласи се организират в интернет мрежи, като често те нямат нужда от конкретен лидер или кохерентно комуникационно послание. Организираната по този начин политическа комуникация набляга предимно на процеса, а не толкова на резултата и способства по-ясно да се чува гласа на по-малките групи, като така се заобикалят доминиращите медии. Според „ефекта на разливането“, развит от Бенет и Ленгар (Bennett and Iyengar, 2008) в тяхна статия, организирания в интернет движения и повдигнати там проблеми могат да попаднат в ползрението на големите медии и така реално да повлияят комуникационно върху политическия процес. Според Рейчъл Гибсън и Андреа Ръомеле (Gibson, R., and Rommele, A., 2001) политиците и журналистите могат да играят различни роли (т.нар. ролева теория) и в зависимост от различните задачи, които си поставят могат да решат дали да използват традиционни или интернет базирани медии. В своя публикация Бенет, Фрийдон, Хусайн и Уелс (Bennett, W. L., Freedon, D. G.,

Hussain, M. M., and Wells, C., 2013) предлагат теория на “младежката дигиталност”, където развиват тезата, че политическите и медийните институции губят силата си в съвременните комуникационни условия на обществото. С разширяващия се достъп на младите хора до дигиталните и мрежови устройства се увеличава и възможността им да се организират в политически общности и така да си проправят път към нов тип политическа комуникация. Видно е, че в ерата на интернет комуникацията и организирането на различни политически групи чрез различни социални мрежи се създават условия по-ясно да се чуват гласовете на малките общности, комуникацията да се движи от гражданите към политиките, а не обратно както при традиционната комуникация, като всичко това прави политическата комуникация по-неуправляема, хаотична и по-трудно поддаваща се на контрол.

Обратна теза, че политическата комуникация е преди всичко йерахичен и властово управляван процес, развиват в своя статия Яререн и Донгес (Jareren and Donges, 2005), които определят субекта на политическата комуникация на различни равнища в зависимост от нивата на които се осъществява, т.е. на микро, мезо и макро равнище. На микро равнище индивидите действат и комуникират така, сякаш нямат влияние и отношение към политическите процеси. На мезо равнището действат и комуникират политическите организации и институции в опита си да отговорят адекватно на очакванията на политиката на макро равнището. На самото макроравнище действат и комуникират основните политически актьори, каквито са правителството и парламента от една страна и партиите, гражданските движения и медиите, от друга. Развива се тезата, че отделните граждани все още нямат ключова роля в истинския политически комуникационен процес, тъй като те действат на микроравнище. Твърди се, че политическата комуникация е преди всичко „централен механизъм за формулиране, установяване и прилагане на колективно обвързващи решения, като по този начин комуникацията става основен компонент на едно демократично общество“ (Jareren and Donges, 2006).

Смисъл и комуникация

Поддържането на постоянна комуникация между политическите партии и различните групи в обществото е важна част от политическия процес, особено, когато се говори за демокрация. За да може една демократична политика да не се разпадне, то комуникацията между участващите в нея политически актьори трябва да не достига до провал. Ако се откаже поддържането на тази комуникация, това се счита като директен отказ и от самата демократична политика. Тъй като чрез комуникацията се поражда смисълът, смята се, че политическото участие получава своя смисъл не в аналитичните центрове или в главите на политиците, а в развитието на комуникацията между тези политически актьори. В една социална група процесът „комуникация“ може да се извърши при наличието на смислено послание, изпратено от един човек в тази група към останалите, за да може те да приемат това послание и да го интерпретират така, както те счестат за добре. Това от своя страна означава, че изпращачът на това послание няма силата да управлява как то ще бъде възприето от останалите и какъв смисъл би му се предал от тях. Макар и смисълът на посланието да не може да се управлява, процесът на комуникация може. За да се случи това, отправящия посланието трябва да се допита до получателите и да получи обратна връзка от тях, което ще доведе до обмен на информация, който пък от своя страна довежда до един по-общ споделен смисъл. Именно това прави този процес напълно равнопоставен, освен ако не се направи опит една от страните да завземе властта, при която ситуация, процесът се разпада или видоизменя.

Мъри Еделман и Флеминг предлагат една аналитична рамка, която разделя „политиката като зрителски спорт и политическото действие, използвано от организирани групи за придобиване на доста специфични, конкретни ползи за самите тях“ (Edelman and Fleming 1967, p.5). Според Еделман, инструменталната страна на политическото действие съставлява само един компонент от политическия процес. Подобна гледна точка можем

да открием и при Харолд Ласуел (Lasswell, 1951), където в свой труд той поставя под въпрос доминиращия по това време аналитичен модел, според който хората дефинират рационално своя политически интерес, а Еделман надгражда върху това, като се концентрира върху интерактивните процеси, чрез които политиката влияе върху това какво хората „искат, от какво се страхуват, какво смятат за възможно и дори кои са те“ (Edelman, 1971). Погледнато от подобна перспектива преживяването на политиката е фундаментално символно. До голяма степен понятието „символна политика“ описва една от най-важните характеристики на политическия живот в съвременните масови демокрации.

Език и комуникация

Фундаменталната предпоставка, която Бъргър и Лукман (Berger and Luckman, 1967) в своята конструкционистка парадигма споделят е, че социалната реалност е символен продукт и първичното, основното средство, чрез което се конструира и споделя тя е езикът. Следователно, езикът не просто отразява света, но и активно структурира нашата визия за реалността чрез категориите и значенията, които се съдържат в него. Тази активна роля на езика в оформянето на реалността означава, че значенията не са фиксирани, а са обект на вариации и промяна. За символният интеракционизъм човешките същества са целенасочени участници, които търсят разбиране и споделяне на общ смисъл.

Според Блумер (Blumer, 1986, p.81), те се ангажират в “смыслепо”, саморефлексивно поведение т.е. те се сблъскват със свят, който трябва да интерпретират, а не с набор от стимули на които са принудени да отговорят. Това означава, че човешкото поведение включва не просто отговор към определен стимул, но и процес на наименоване – придаване или приписване на символно значение на нещата. С други думи, ние комуникираме посредством споделени абстрактни представи за нещата, които са в центъра на комуникативното действие и това са символите, заложи в езика. Определени автори подчертават функцията на езика като главен изразител на това, което те наричат “обективи-

зация”, която изпълва реалността на всекидневния живот, “хранилище на солидни натрупвания на значения и опит“ (Berger and Luckman, 1967, p.37). Пак те смятат, че “разбирането на езика е особено важно за разбирането на реалността на всекидневния живот”. Нещо повече, “най-важният двигател за установяването и поддържането на реалността е общуването, чрез което индивидът създава, модифицира и реконструира неговата субективна реалност“ (пак там). Така, конструкционистката концепция за общуването се основава на идеята, че понятията, чрез които виждаме и разбираме света са комуникационни продукти. Погледната от тази перспектива политическата реалност е конституирана символно, посредством езика. С други думи, индивидите могат да разберат реалността единствено чрез езика, който от своя страна също е символна система. От друга страна, ние придобиваме езика за света около нас, неговите символни значения чрез социално взаимодействие с другите.

Въпреки че реалността притежава физически характер, значенията, които ѝ придаваме са социално конструирани (Berger and Luckman, 1967). Те се появяват в и чрез социално взаимодействие и предоставят интерпретативен порядък, който не е фиксиран, а се различава при различните индивидуални и колективни схващания. При изучаването на политическата комуникация конструкционисткият подход се интересува не толкова от рационалните аргументи, които са най-видимата част от рамкирането на проблемите, а по-скоро от приписването на символни значения. Той изучава ролите, към които политическите актьори определят за себе си, както и ролите, които взаимодействието между медии и публика им определя. Освен това този подход се интересува от значимостта, която се отдава на дадени събития или ситуации и как всичко това се комбинира, за да се получи определена картина на реалността, носеща определен емоционален апел. Този емоционален апел, от конструкционистка гледна точка, притежава по-голяма убеждаваща сила от рационалния аргумент. Аргументите работят в контекст от символни значения и

допускания и именно този аспект на политическия дискурс е в центъра на конструкционисткия интерес. Приложен към изследването на политиката този подход дава различно разбиране от това на позитивистката наука. Вместо да дефинира политиката в понятията на решения и резултати от тях, интерпретативната перспектива я определя като „откриване, създаване и изразяване на значения и установените споделени или противоположни представи за опита и ценностите.“, твърдят Марч и Олсен (March and Olsen 1984, p.741).

В статия на Дентън и Удуърт (Denton and Woodward, 1990) се отбелязва, че „същността на политиката е „разговорът“ или интеракцията между хората“. Тази интеракция може да бъде формална или неформална, вербална или невербална, публична или частна – но по природа тя винаги е убеждаваща и ни кара да интерпретираме, оценяваме и действаме. „Комуникацията осигурява базата на социалната сплотеност (кохезия), дискусиата върху общите проблеми и създаването на закони“ (Denton and Woodward, 1990). Политическата комуникация е постоянен трансфер на символни значения, комуникиране на думи със силно емоционално съдържание, което може да въодушевява или отвращава. Политическата комуникация не се осъществява във вакуум, тя е част от общ социален и културен контекст и фокусът върху публиката позволява знанието за този контекст да допринесе за разбирането на процесите, които протичат между политици, медии и граждани. От друга страна, анализът на публиките повдига важни политически въпроси, тъй като начинът по който биват възприемани политическите послания е много важна страна от конкуренцията за дефиниции на политическия свят, което по същество е форма на упражняване на власт.

В своя статия Грозберг (Grossberg, 1992), твърди че един и същ текст би означавал различни неща за различните хора в зависимост от това как е интерпретиран. В акта на създаването на смисъл се търси символното скеле, колективно създаден смисъл, зад и вътре в индивидуалните интерпретации. В социалните

науки като валидна теоретична основа за изучаване процесите на създаване на значения на социалната и в частност на политическата реалност е конструкционистката парадигма. Томас Кун (Kuhn, 1970) в своя книга твърди, че дори научните теории не са просто описание на света, а структурират самият начин по който ученият вижда този свят. За Кун научните теории са социални конструкции и като такива те оформят това, което се смята за истина, доказателство или аргумент.

Някои психологически теории, например като символния интеракционизъм на М. Мийд (Mead, 1934) и когнитивната социология на Бъргър и Лукман (Berger and Luckman, 1967) споделят, че социалната реалност е социален продукт и първичното, основното средство, чрез което се конструира и споделя тя е езикът. Следователно, езикът не просто отразява света, но и активно структурира нашата визия за реалността чрез категориите и значенията, които се съдържат в него. Тази активна роля на езика в оформянето на реалността означава, че значенията не са фиксирани, а са обект на вариации, промяна и интерпретации.

В своя книга Марч и Олсен (March and Olsen 1984, p.741) твърдят, че аргументите работят в контекст от символни значения и допускания и именно този аспект на политическия дискурс е в центъра на конструкционисткия интерес. Вместо да дефинира политиката в понятията на решения и резултати от тях, интерпретативната перспектива я определя като процес на “откриване, създаване и изразяване на значения и установените споделени или противоположни представи за опита и ценностите“ (пак там).

Процес и комуникация

Политическата комуникация се отнася до създаването и обмена на идеи и мнения между граждани, държавни служители, политически институции и свързани субекти, като например медиите. Това е комуникационен политически процес, който свързва местни, държавни, национални и международни политически системи, както и използва информацията и реториката,

като инструменти за постигане на политическа изгода или за постигане на определени политически цели. В този системен процес се акцентира на връзката между трите етапа на създаване на комуникационния акт в политиката: производство (как се формират и предават съобщенията), съдържание (какво се съдържа във всяко съобщение) и ефект (как съобщенията се получават и интерпретират от публиката). Като професионална практика терминът „политическа комуникация“ предполага поредица от комуникационни процеси с различна насоченост, на които са дадени разнообразни етикети като пропаганда, избран маркетинг, политически маркетинг, политическа кампания или политически връзки с обществеността. Мултидисциплинарния характер на политическата комуникация обяснява трудността при намирането на ясна дефиниция, но политическата комуникация се фокусира върху взаимодействието между политическите актьори, медиите и гражданите, което се отличава със своя убеждаващ и стратегически характер.

Например въпроса, зададен от Харви Ласуел (Lasswell, H., 1951) относно ефектите на пропагандата в Съединените американски щати – „Кой казва – какво, на кого, по какви канали, с какви ефекти?“ се споделя от голям брой изследвания в областта на политическата комуникация. Този прост въпрос налага и подчертава основните линии на анализ на комуникационния процес като цяло и политическата комуникация в частност. Комуникационният модел на Ласуел предполага, че комуникаторът винаги възнамерява да повлияе на получателя, че всички съобщения имат ефект и че процесът е едностранен в посока отгоре-надолу. Дълго време в историята политическата комуникация всъщност се е разглеждала не просто като линеен процес на предаване на информация от политически актьори, като партии или кандидати към гражданите, а като процес медиран от медиите. Тук трябва да отбележим, че последните изследвания на политическата комуникация (отбелязани по-горе в статията), свързани с развитие

на интернет технологиите и социалните мрежи, доказват че този процес започва да се преобръща.

В свое проучване Ричард М. Перлоф (Perloff R.M., 2021) разглежда различните начини, по които се конструират и предават послания от държавни служители и политици чрез масмедияте до крайните получатели – хората. С акцент върху историята на политическата комуникация, той прави преглед на най-значимите въпроси, свързани с изучаването на политиката и медиите. В допълнение към синтезирането на факти и теории и подчертаването на научния принос към разбирането на ефектите от политическата комуникация, той разглежда фактори като реторичните постижения на американските президенти и намесата на политическия ПР в процеса на формиране на определени нагласи у избирателите и публиката. Той също така разглежда въпроса с влиянието и взаимодействието между пресата и политиката, както и темата за пристрастията на пресата и манипулирането на медиите от политиците за постигане на определени политически цели.

Заключение

Ако позитивистката и поведенческата концепции се концентрират върху поведението на участниците в политическия процес, то интерпретативната традиция изследва значенията, които политическите актьори придават на своите или чуждите политически действия. Политиката, в този смисъл е повече борба за това кой да дефинира и комуникира определен смисъл на политическата реалност, отколкото за това кой, какво, къде и как получава. От тази гледна точка, политическата комуникация като процес на наговаряне и конструиране на смислите на политическия свят между управляващи и управлявани зависи не толкова от експлицитните аргументи и буквалните дефиниции на думите в дискурса, колкото от символните интерпретации и емоционалните, и повенчески реакциите които те провокират. В крайна сметка ефектът от политическата комуникация зависи от символ-

ната привързаност на актьорите към думите, които се използват за описание на политическия свят. При положение, че елитите и масите населяват сходни символни светове, тогава полето на общия код ще бъде разширено и следователно легитимността на системата ще бъде по-висока. И обратно, различните смисли зад политическия дискурс, които гражданите от една страна и политическият елит от друга възпроизвеждат, редуцира възможността за създаване на общо споделян символен свят, което от своя страна способства нарастването на конфликтите, противоречията и липсата на доверие на основните политически актьори в политиката.

БИБЛИОГРАФИЯ / REFERENCES

Кун, Томас (2016). Структура на научните революции. Изд. „Изток Запад“, София. // **Kun, Tomas** (2016). *Struktura na nauchnite revolyutsii*. Izd. „Iztok Zapad“, Sofiya.

Bennett, W. L. (1990). Towards a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 40(2), 103–125.

Bennett, W. L., Freedon, D. G., Hussain, M. M., & Wells, C. (2013). Digital media and youth engagement. In H. A. Semetko & M. Scammell (Eds.), *The Sage handbook of political communication* (pp. 127–141). London, England: Sage.

Bennett, W. L., Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731.

Bennett, W. L., Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Berger, P., Luckmann. (1967). *Теорията за символната конвергенция*. *The Social Construction of Reality*. New York.

Denton, R., Woodward, G. (1990). *Political Communication in America*. New York Praeger.

Donges, P., Jarren, O. (2005). *Politische Kommunikation – Akteure und Prozesse*.

Edelman M., Fleming R. W. (1967). *The Politics of Wage-Price Decisions: A Four-country Analysis*. By. Urbana: University of Illinois Press.

Esser, F., Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics: Understanding the transformation of western democracies*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.

Gibson, R., Rommele, A. (2001). *Changing campaign communications: A party-centered theory of professionalised campaigning*. *The International Journal of Press/Politics*, 6(4), 31–43.

Harold D. Lasswell, (1951). „Politics: who gets, what, when and how“. Pickle Partners Publishing.

James G. March, Johan P. Olsen, (1984). *The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life*. *The American Political Science Review*, Vol.78, No.3 (Sept. 1984).

Jarren, O. and Donges, P., (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*.

Jay G. Blumler, (2015). „Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted“.

Lasswell, H. (1951) *Politics: Who Gets What, When, and How*. Glencoe, IL: Free

Perloff R. M. (2021). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (Routledge Communication Series), 8 editions.

Schulz, W. (2014). *Mediatization and new media*. In F. Esser & J. Strömbäck (Eds.), *Mediatization of politics: Understanding the transformation of western democracies* (5773). Basingstoke, England: Palgrave.