

RESURSELE COMUNICAȚIONALE ALE ACȚIUNII POLITICE

Dr. hab. Victor MORARU

În condițiile în care sporește simțitor necesitatea cunoașterii exacte și plauzibile a proceselor politice și a forțelor implicate în ele, științei politice îi revine (prin efortul conjugat cu cel al altor sectoare disciplinare ale științelor sociale) sarcina evidențierii tendințelor ce se manifestă în dinamica politică, a dezvoltării esenței transformărilor înregistrate, a elucidării problemelor emergente. E un obiectiv complex, realizarea căruia apare condiționată de abordarea unui întreg ansamblu de factori ce determină desfășurarea proceselor politice. Respectiv, astfel de problematici polivalente implică oportunitatea examinării problemelor abordate din diverse perspective.

Politologii nord-americani Jarol Manheim și Richard Rich, avertizează asupra necesității de a dezvolta “capacitatea considerării opiniei publice, a intereselor diverselor grupuri și forțe sociale, pentru a contribui la elaborarea unei politici echilibrate și multilaterale... Trebuie, consideră ei, să pătrundem legitățile apariției și extinderii mișcărilor de masă, să cunoaștem mecanismele interacțiunii lor cu instituțiile puterii”.

Astfel, apare justificată necesitatea analizei comunicării politice, imanente fenomenelor vizate, și, implicit, a examinării activității comunicaționale, desfășurate de forțele politice, în condițiile competitivității.

Acest obiectiv îl urmărește lucrarea Aureliei Peru-Balan “PR-ul politic și comunicarea de criză în Republica Moldova, 2009-2010”. În paginile cărții se configurează două noțiuni-cheie, examinării cărora se dedică autoarea: comunicarea politică și relațiile publice, proprii fluxului comunicațional de natură și finalitate politică. Fenomenul comunicării politice este analizat aici din perspectiva relațiilor publice - un concept și un domeniu de activitate care, treptat, se face vizibil în practica politică curentă, și tocmai faptul devenirii, afirmării incerte a acestei activități generează o serie de probleme, depășirea cărora este imperios necesară.

Oricum, putem constata că în sfera politică se atestă, mai ales în ultimul timp, o recurgere semnificativă la mijloacele comunicaționale/de relații publice, destinate influențării opiniei publice și concepute, în viziunea actorilor politici, drept instrumente indispensabile pentru desfășurarea luptei politice.

În realitate, politica și comunicarea reprezintă în condițiile actuale două vase comunicante, cu toate consecințele respective. Întrepătrunderea reciprocă se manifestă nu doar la suprafață, ci determină schimbările esențiale care se produc, pe



Aurelia Peru-Balan. PR-politic și comunicarea de criză în Republica Moldova. Chișinău: Imona Grup SRL, 2010

de o parte, în natura exercitării politicii, iar, pe de altă parte, în caracterul de exploatare a potențialului comunicațional. Acest lucru imprimă, practic, comunicării statutul unui factor extrem de important al politicii, îi conferă calitatea de “motor al spațiului public”. Politica, la rândul ei, se adaptează și ea la “regulile jocului” dictate de modalitățile comunicațional-mediatice, manifestându-se în mod esențial în stilul comunicațional.

Relațiile publice, propaganda și publicitatea politică, marketing și management politic, gestiunea opiniei publice – toate aceste noțiuni, prin aplicarea postulatelor teoretice și instrumentarului analitic adecvat la examinarea practicii politice concrete, își găsesc o explicare pertinentă și sugestivă în paginile lucrării. Cititorul asistă, de fapt, la o disecare a unor manifestări de ordin politic, care-i facilitează accesul în universul confruntărilor electorale. Cartea Aureliei Peru-Balan propune, astfel, o interpretare proprie a fenomenelor politice-comunicaționale, urmărite pe viu și extrase din realitatea recentă, marcată în mod pronunțat de febra electorală. De apreciat remarcat curajul de care a dat dovadă autoarea, hotărându-se să pătrundă într-un adevărat labirint politic-comunicațional, cu nenumărate sinuoziități și multe enigme greu explicabile, precum și de îndrăzneala de a încerca, cu titlu de pionierat la noi, abordarea problemei eficienței activității de “public relations”, care nu se supune nicidecum unei tratări facile și univoce.

În consecință, cartea „PR-ul politic și comunicarea de criză în Republica Moldova, 2009-2010” se înscrie firesc în șirul cercetărilor de ultimă oră, menite nu doar să fixeze tabloul realității, dar și să propună anumite soluții în vederea optimizării acțiunii politice.