

ГРУПОВИ АСПЕКТИ НА ПОЛИТИЧЕСКАТА КОМУНИКАЦИЯ

Мариана Атанасова

Университет по библиотекознание и информационни технологии

Резюме: Исторически в изследванията на политическата комуникация през първата половина на миналия век господстваща е психологическата парадигма за изследване на индивидуалния избор. На по-късен етап бихейвиористките психологически направления заемат водещо място в изследването на тези явления. Едва през 70-те години на XX век започват по-сериозни проучвания в областта на груповата идентификация и участието и влиянието на групите в политическата комуникация и политическия живот. Големият брой научни трудове в това направление убедително доказва съществената роля на груповата и междугруповата комуникация като основни съставни части на политическата комуникация и демонстрира нейното влияние и въздействие върху различни нива на обществото – индивидуално, групово, организационно и медийно, както и върху структурите на властта. Прилагането на изследователски подход, който поставя групата в центъра на научния интерес, ни дава нови възможности за изучаване на различни аспекти на политическата комуникация.

Ключови думи: индивид; група; политическа комуникация; групов идентичност; междугрупов комуникация; социална идентичност

ВЪВЕДЕНИЕ

Теорията на политическата комуникация се използва за обяснение на различни аспекти от заобикалящата ни политическа реалност. Моделите, които се използват за обработка на политическата информация, са в основата си рационалистични и не могат добре да обяснят както новите форми на дигитално активна политика, така и ерозията на журналистиката като източник на споделена реалност (Bimber, Gil de Zúñiga, 2020).

Индивидуалистичната ориентация в изучаването на общественото мнение и медийните ефекти до голяма степен се базира на анкети, които оценяват индивидуални нагласи, убеждения и поведение (Igo, 2007). В изследванията на комуникацията след Втората световна война навлиза психологически подход, който чрез проследяване на индивидуалните и психологическите черти се опитва да определи такива начини на взаимодействие на индивидите с медиите, които да повлияят върху убежденията и поведението. Бихейвиористката ориентация на изследванията през 70-те години на миналия век довежда до господството на парадигми, ориентирани към анализ на ефектите на медиите и комуникацията върху индивидите.

Макар че индивидуалистичната ориентация на изследванията в този период е господстваща, дори в ранните изследвания на общественото мнение се отбелязва, че хората използват членството си в различни групи, за да формират и изразяват своите политически убеждения (Blumer, 1948). Разбира се, под влияние на господстващата парадигма влиянието на групите се смята за незначително в

сравнение с другите психологически фактори на индивидуално ниво. Едва напоследък вниманието на учените се измества към ролята на идентичността за политическото възприятие. Водеща теория, която обяснява поведението на хората, когато се определят като принадлежащи към различни социални групи, е Теорията на социалната идентичност (ТСИ) (Reid, 2012). Първоначалните цели на тази теория са да обясни междугруповото поведение в различни йерархии на властта и статуса. Изследванията, базиращи се на ТСИ, демонстрират добри резултати при разглеждането на проблема как идентификацията на хората със социални и политически групи формира основни процеси на политическата комуникация.

Целта на настоящото изследване е да обоснове и концептуализира подход при изследването на политическата комуникация, като очертае теоретичните основания, върху които групата може да бъде поставена в центъра на анализа и да покаже какви аспекти на политическата комуникация остават необясними в рамките на доминиращата индивидуалистична парадигма. За постигането на тази цел изследването търси отговор на два основни изследователски въпроса. Първият въпрос е по какъв начин груповата и междугруповата комуникация участват в самото формиране, поддържане и трансформиране на политическите групи и техните идентичности, а не само отразяват вече съществуващи групови нагласи. Вторият въпрос, чийто отговор се търси, е как груповата политическа комуникация структурира отношенията на власт и статус на различните нива на обществото – индивидуално, организационно, медийно и на равнището на властовите структури.

МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Настоящото изследване е теоретично и се основава на качествен анализ на научни източници, разглеждащи груповите аспекти на политическата комуникация. Анализираните източници са публикации от три области – социалната и междугруповата психология, социологията на групите и груповата култура, както и изследвания на медиите и политическите комуникационни практики. Подборът на източниците е целенасочен и следва няколко критерия: релевантност към ролята на групата и груповата идентичност в политическата комуникация, теоретична значимост и влияние на съответната концепция в научното поле. Приложен е тематичен анализ, чрез който от източниците са открити и групирани следните теми – формиране на групите чрез комуникация, реципрочност между идентичност и комуникация, групи и власт. Извършен е и сравнителен анализ, който съпоставя психологическите и социологическите обяснения на груповите явления и очертава характеристиките на политическата комуникация, обусловени от нейния групов характер.

РЕЗУЛТАТИ

Проведеният тематичен анализ на разгледаните източници откри три устойчиви тематични линии, които структурират представянето на резултатите по-долу. Първата се отнася до начина, по който групите и груповите иден-

тичности се конституират чрез комуникация, а не само я предхождат. Втората обхваща реципрочната връзка между идентичност и комуникация и ролята на комуникацията в груповата динамика. Третата засяга функцията на политическата комуникация при структурирането на отношенията на власт и статус между групите.

Въпреки очевидните успехи на Теорията на социалната идентичност (ТСИ) в обяснението на редица явления, трябва да се отбележи един парадокс. Тя обяснява механизма на работа на групите чрез индивидуалната психология, тоест групите се разбират предимно като обекти, които съществуват в индивидуалните съзнания. В първоначалната формулировка на ТСИ изрично се подчертава, че груповата психология произлиза от йерархиите на властта и статуса (Reid, 2012). Голяма част от изследванията, базирани се на тази теория, обаче игнорират тази основополагаща формулировка, в резултат на което често не може да се получи адекватно обяснение на моделите на политическата комуникация между групи, които заемат различни позиции във властовите и статусните йерархии.

Голям брой от изследванията, посветени на политическата комуникация, третират идентичността като предшестваща политическата комуникация. В подобни концепции социалните и политическите идентичности са външни (екзогенни) фактори, които влияят на комуникацията. Проучванията на междугруповата комуникация показват обаче, че групите и идентичностите, които те създават, се конструират чрез комуникация (Giles, 2012).

В рамките на психологическите теории съществува твърдението, че групите произлизат от еволюционната необходимост за подобряване на оцеляването и репродуктивната годност (Reid, 2012). Психологическите теории разглеждат групите като произтичащи от психологическите нужди на индивида, тоест индивидите и групите се свързват в процеса на идентификация, при който индивидите получават психологически ползи (сигурност, самочувствие) от груповата принадлежност.

Социологическите концепции разглеждат групите като съществен елемент в структурирането на социалния живот – „групите съставляват социалния ред точно както самите групи са съставени от този ред“ (Fine, 2012).

Съществуват множество изследвания върху междугруповата комуникация, разкриващи как груповата и междугруповата динамика оформят езика, комуникацията и културата (Giles, 2012). Социалната идентификация и категоризацията по групови признаци също оказват влияние върху комуникацията и езика (Reid, 2012). Изследванията на Jung и Hecht подчертават, че символите и комуникацията са самите градивни елементи на социалната идентичност (Jung, Hecht, 2004). В този смисъл комуникацията определя значенията на груповите идентичности и ролята, която хората играят в рамките на своите групи. Използвайки език и символи, групите очертават граници, норми и култура по начин, който кара членовете на групата да се чувстват добре и да поддържат благоприятни позиции в йерархията (Jardina,

2019). Чрез колективни процеси се създават набори от символи, с помощта на които членовете на групите се идентифицират.

Групова и политическа комуникация

Ролята на комуникацията в груповата динамика има специфично значение за политическата комуникация. От една страна, задаването и отговарянето на политически въпроси е от голямо значение за формирането на политически групи. Комуникацията се използва за мобилизиране на групи около различни социални категории (например пол, възраст, етническа принадлежност) – както съществуващи и добре установени, така и групи около различни обстоятелства (хора без жилище). Комуникацията е от определящо значение за това как групите възникват, как съществуват и как привличат нови членове.

Друга важна роля, която комуникацията играе, е свързването и разграничаването на групите. Тя не само създава, но и променя състава на групите, както и груповата динамика. Чрез комуникация групите се разширяват, свиват или сътрудничат. Например тя позволява на различните групи да видят сходство в своите вярвания и разбирания, както и в социалните и политическите си искания, което прави възможно изграждането на коалиции – както трайни, така и по определени въпроси. Комуникацията не само позволява съвместната работа, но и дава възможност някои групи да абсорбират други групи, разширявайки понятието за идентичност (Giles, 2012). Изследванията са демонстрирали как категорията „бяла раса“ се е разширила през XX век в Америка и е абсорбирала етнически групи, които преди това са били изключени, като това разширение е помогнало да се запази демографското мнозинство на господстващата група.

Важна функция на комуникацията е предоставянето на ментални модели за междугруповите взаимоотношения, които помагат на индивидите при оформянето на тяхното поведение и политически нагласи. Комуникацията влияе върху това как хората разбират кои групи са „политически“ и как те се отнасят една към друга в контекста на политическата реалност. Този процес води своето начало още от ранното детство, когато децата научават за съществуването на различни групи, започват да ги разграничават и получават сигнали за груповия статус от своите родители, роднини, други възрастни и от медиите (Kramer, 2011).

Масмедииите излъчват примери за такива отношения както на междуличностно, така и на групово ниво. Създадените ментални модели за междугрупови отношения се транслират чрез комуникацията и могат да варират от антагонистични до кооперативни. И накрая, но не на последно място, комуникацията се използва, за да се изпълняват основни политически функции, като определяне на общи интереси, защита на споделени каузи и предявяване на претенции за и към властта.

Групите защитават своите интереси чрез специфични комуникативни актове, като протести, реторика и ежедневни разговори (Lee, Abidin, 2023). В по-ново време ролята на онлайн комуникацията в рамките на различни общности представлява важен аспект от политическото поведение на самите групи.

Всички гореспоменати компоненти потвърждават, че комуникацията е от съществено значение за груповата динамика не само на психологическо ниво, но и със своето участие във формирането на групите, тяхното взаимодействие и осъществяването на основните групови функции.

Взаимодействие между групите и политиката

В много изследвания, посветени на политическата комуникация, групите и идентичностите се считат за външни фактори. Всъщност те са вътрешни фактори, тъй като групите, идентичностите и политиката си влияят взаимно чрез политическата комуникация. Групите играят важна роля, като влияят върху политическата информация, поведението и дискурса, докато политическата комуникация маркира границите и значенията на самите групи. Концепцията за реципрочност между идентичността и комуникацията се появява в множество теоретични модели, като Модела на подсилващите спирали (Slater, 2015). Важно е обаче да се отбележи, че споменатата реципрочност е фундаментално условие на всички нива на анализ на политическата комуникация.

Множество теоретични конструкции предполагат, че комуникацията е от съществено значение за това как групите се борят за власт или поддържат своя статус една спрямо друга.

Оспорването и поддържането на властта, поне в западните демокрации, се извършват чрез убеждаване и влияние, спечелени на избори, а не чрез прилагане на сила (като само държавите имат право на легитимна употреба на сила). Някои изследователи въвеждат понятието „дискурсивна власт“ (Jungherr et al., 2019, p. 406) – способността на участниците в политическите комуникационни пространства да въвеждат, разпространяват и поддържат теми, рамки и говорители, които доминират в политическия дискурс. Това понятие измества разбирането за власт от прякото прилагане на сила към овладяването на комуникацията. Комуникацията в развитите демокрации се е превърнала в основен начин за легитимиране на отношенията и социално-политическия ред, за разработване на колективни решения и за убеждаване на групите да живеят в системи на равенство (Jost, 2020).

ДИСКУСИЯ

Социалнопсихологическите подходи, и в частност Теорията на социалната идентичност, обясняват груповото поведение чрез психологическите нужди на индивида. Социологическите концепции, обратно, разглеждат групата като елемент на самия социален ред, който предшества и формира индивида. Съпоставянето на разгледаните две перспективи разкрива съществено разминаване в теоретичните модели. Противоречието на тези перспективи не е само терминологично: то води до различни обяснения на политическата комуникация – като ефект върху индивидуални нагласи или като механизъм, който конституира самите групи. Позицията, която настоящото изследване заема, е, че двете перспективи не са взаимно изключващи се, а описват различни моменти от един и същи процес: идентичността и комуникацията са във взаимна, ре-

ципрочна връзка, при която групите се конструират чрез комуникация, но и сами насочват комуникацията, чрез която отстояват власт и статус. Именно за това групата следва да се третира като вътрешен, а не като външен фактор на политическата комуникация.

Силата на комуникацията се проявява в способността да убеди групите да правят дори неща, които не са в техен интерес, и да реифицират или оспорват съществуващи социални, икономически или политически отношения. По-някога силата на комуникационното убеждение успява да накара групите да поставят в центъра на своята идентичност идеи и концепции, които отслабват способността на групата за колективно действие или за отправяне на предизвикателства към властта.

Изследвайки комуникацията като начин за структуриране на властта чрез убеждаване и влияние, можем да проследим, че груповата политическа комуникация протича на няколко нива – на индивидуално ниво; на нивото на организациите, общностните и медийните системи; на нивото на социалните, културните и политическите системи, както и на нивото на структурите на властта (Reed, 2020).

Разглеждайки влиянието на комуникацията на различните нива, трябва да отбележим, че политическата комуникация на индивидуално ниво не е просто психологически феномен. Индивидуалните комуникационни прояви – изразяване на мнение, участие, дискусия – служат за маркиране на групови граници или за дефиниране на членство в дадена група. Съществен е въпросът как отделните индивиди използват своята групова идентичност, за да очертаят политическите въпроси и да разширят видовете комуникация, които определяме като политически. Изследването на тези проблеми изисква концепции от междугруповата психология, като социална мобилност, креативност и конкуренция. Тези концепции помагат да разберем как емоциите, знанието и поведението на членовете на дадена група са свързани не само с идентификацията, но и с йерархичния статус и отражението му в медиите и комуникацията.

На следващото ниво на влияние интерес представлява как групите използват комуникацията, за да създават организации (НПО, фондации, синдикати и др.), да дефинират проблеми и да влияят на приеманите решения, така че да защитават своите интереси.

Известно е, че партиите и другите организации, защитаващи определени интереси, използват медиите и комуникацията, за да въздействат върху значимостта и влиянието на групите. Това определя големия интерес към механизмите, чрез които журналистите, медиите и технологичните фирми въздействат на груповото поведение и междугруповите отношения. Така наречените „медийни екосистеми“ – мрежите от взаимносвързани медийни платформи, технологии и аудитории, в които се произвежда и разпространява политическата информация – имат специфични настройки към предлагането и търсенето на политическа информация, включително дезинформация. Работата на журналистите, политическите технолози и лидерите на общественото мнение

с различните социални и обществени групи се оформя от тяхното разбиране за това какви са отношенията между групите и властта и каква е тяхната собствена роля в груповата политика.

Анализирайки спецификите на въздействието на политическата комуникация върху структурите на властта, можем да дефинираме основното качество, което определя формирането на групи на ниво общество – а това е способността на групите да упражняват влияние или да убеждават други групи. В исторически контекст може да се демонстрират редица примери как дадени групи използват дезинформацията като инструмент, за да доминират и контролират други групи. На това ниво на разглеждане на политическата комуникация може да се твърди, че по своята същност тя е определена от политическата система, в която се осъществява, включително от групите, които я определят.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение, ще подчертаем няколко предимства, които изследването на политическата комуникация от гледна точка на групите предоставя. Разглеждането на групите като продукт на политическата комуникация дава възможност да се определи как измененията на комуникационните практики водят до нови групови формации. Тази концептуална рамка отхвърля груповата идентичност като константна характеристика и изследва груповата идентификация като резултат от комуникацията.

Политическите въпроси, които групите задават и на които отговарят, разкриват нови възможности за изучаване на политическата комуникация. Изследвания в това направление могат да ни дадат отговори на въпроса как групите използват комуникацията, за да преформатират проблемите от частни въпроси към обществени интереси.

Докато по отношение на политическия избор господстващите теории са от областта на индивидуалната психологическа ориентация, поставянето на изследователския фокус върху групите изисква изследването на техните относителни статуси, на тяхната власт и цели, както една спрямо друга, така и спрямо обществените норми и стила на комуникация.

Научният принос на настоящото изследване може да бъде обобщен в две посоки.

На първо място, изследването предлага концептуализация на подход за изследване на политическата комуникация, при която групата се разглежда не като външен, предшестваш комуникацията фактор, а като формация, която се конституира, поддържа и преобразува именно чрез политическата комуникация. Това измества фокуса от индивидуалната психологическа ориентация към групово равнище на анализ и преодолява парадокса, при който груповите явления се обясняват изцяло чрез индивидуалната психология.

На второ място, изследването прави опит да обедини различни теоретични перспективи – социалнопсихологическата (Теорията на социалната идентичност), социологическата (групата като елемент на социалния ред) и медий-

но-политическата (дискурсивната власт и медийните екосистеми) – в единна рамка, която обвързва груповата идентификация, комуникацията и отношени-ята на власт и статус. Именно тази интеграция позволява груповата политиче-ска комуникация да бъде проследена последователно на всички нива на обще-ството, и представлява основният резултат на настоящата работа.

Настоящото изследване има ограничения, които очертават границите на изводите му, но същевременно открояват насоките за бъдещи изследвания. То е теоретично и се опира на анализ на научна литература, като източниците са це-ленасочено подбрани и не могат да претендират за изчерпателност. В изследва-нето не са включени собствени емпирични данни, поради което предложената концептуална рамка има нужда от последваща емпирична проверка, като осо-бено перспективно е изследването на онлайн и дигиталната групова комуника-ция, в която границите и съставът на групите се променят бързо. По този начин предлаганият подход за анализ на политическата комуникация има потенциал да обедини теоретичната рамка с проверими емпирични изследвания.

REFERENCES

- Bimber, B., Gil de Zúñiga, H. (2020). The unedited public sphere. *New Media & Society*, 22, 700–715.
- Igo, S. E. (2007). *The averaged American: Surveys, citizens, and the making of a mass public*. Harvard University Press.
- Blumer, H. (1948). Public opinion and public opinion polling. *American Sociological Review*, 13, 542–549. <https://doi.org/10.2307/2087146>
- Reid, S. A. (2012). Social psychological approaches to intergroup communication. In H. Giles (Ed.). *The handbook of intergroup communication* (pp. 41–52). Routledge.
- Giles, H. (Ed.). (2012). *The handbook of intergroup communication*. Routledge.
- Fine, G. A. (2012). Group culture and the interaction order: Local sociology on the meso-level. *Annual Review of Sociology*, 38, 159–179. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071811-145518>
- Jung, E., Hecht, M. L. (2004). Elaborating the communication theory of identity: Identity gaps and communication outcomes. *Communication Quarterly*, 52, 265–283. <https://doi.org/10.1080/01463370409370197>
- Jardina, A. (2019). *White identity politics*. Cambridge University Press.
- Kramer, M. W. (2011). Toward a communication model for the socialization of voluntary members. *Communication Monographs*, 78, 233–255. <https://doi.org/10.1080/03637751.2011.564640>
- <https://doi.org/10.1177/20563051231157452>
- Lee, J., Abidin, C. (2023). Introduction to the special issue of “TikTok and Social Movements.” *Social Media + Society*, 9.
- <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.897236>
- Slater, M. D. (2015). Reinforcing spirals model: Conceptualizing the relationship between media content exposure and the development and maintenance of

- attitudes. *Media Psychology*, 18, 370–395.
- Jungherr, A., Posegga, O., An, J. (2019). Discursive Power in Contemporary Media Systems: A Comparative Framework. *The International Journal of Press/Politics*, 24, 404–425.
- Jost, J. T. (2020). *A theory of system justification*. Harvard University Press.
- Reed, I. A. (2020). *Power in modernity: Agency relations and the creative destruction of the King's two bodies*. University of Chicago Press.

GROUP ASPECTS OF POLITICAL COMMUNICATION

Abstract: *Historically, in the studies of political communication in the first half of the last century, the psychological paradigm for the study of individual choice was dominant. At a later stage, behavioral psychological directions occupied a leading place in the study of these phenomena. Only in the 70s of the twentieth century did more serious studies begin in the field of group identification and the participation and influence of groups in political communication and political life. The large number of scientific works in this direction convincingly proves the essential role of group and intergroup communication as the main components of political communication and demonstrates its influence and impact on different levels of society - individual, group, organizational and media, as well as on power structures. The application of a research approach that places the group at the center of scientific interest gives us new opportunities for studying various aspects of political communication.*

Keywords: *individual; group; political communication; group identity; intergroup communication; social identity*

Chief Assist. Prof. Mariana Atanasova, PhD

ORCID:0000-0002-9601-0021

University of Library Studies and Information Technologies

Sofia, Bulgaria

E-mail: m.atanasova@unibit.bg