

Limbajul campaniei de imagine politica

Rezumat

Lucrarea de doctorat cu titlul *Limbajul campaniei de imagine politica* are drept obiectiv generarea unei platforme analitice și descoperirea unui ansamblu pluridisciplinar de elemente de comunicare și indicatori sociologici diseminați în baza unor suprastructuri de adaptare contextuală ce au drept obiectiv de lucru generarea unor fundații de înțelegere și decelare axate pe simbioza dintre funcționalitatea comunicării și sistemul ideologic de valori al unei societăți.

Eșafodajul ipotezelor de cercetare va include factori esențiali în interpretarea și studierea dimensiunilor comunicative și de funcționalitate a imaginii politice prin intermedierea unor ajustări ale instrumentelor obiective ce vizează resorturile științifice ale limbajului, mergând către propensiunea de adaptare contextuală a sistemelor ideologice drept consecință a emergenței factorului de comunicare ca și element de susținere în sferile persuasiunii, manipulării sau chiar controlului.

Discursul politic de imagine reprezintă o asamblare funcțională a elementelor de limbaj ce au capacitatea de a genera, în mod arbitrar, areale de convergență sau chiar divergență prin intermediul efectelor structurale ale unui discurs public ce are drept scop o supunere a actului de comunicare față de dezideratele comunicatorului politic. Generarea unui întreg sistem complex de comunicare menit să fie supus suprastructurii campaniei politice are drept scop asumat formularea sau alcătuirea unui mecanism discursiv axat pe manipularea adaptațională a valorilor ideologice aferente consumatorilor de mesaj politic.

Din punct de vedere structural teza doctorală este împărțită în patru capitole ce urmăresc analizarea unor elemente esențiale ale comunicării politice de imagine, decelarea factorilor fundamentali ai discursului politic în baza unor sincronități de emergență ce pot justifica proliferarea unor structuri de claritate comunicațională prin utilizarea unor vectori de conveniență pluridisciplinari ce vizează atât alcătuirea mesajului, cât și răspândirea și receptarea acestuia.

Primul capitol, cu titlul *Vectori de comunicare politică*, demonstrează faptul că orice comunicare politică de imagine are drept obiectiv formularea unor mecanisme de adaptare ideologică a actului de comunicare, urmărind spații de identificare axate pe deziderate de convergență sau divergență. Structura gregară a actului de comunicare în sine relevă nu o

construire autarhică a unui cadru discursiv autonom, ci o formulare adaptivă a actului de comunicare pentru a se realiza intereselor afective ale receptorilor sociali ai discursului. Eventualele intruziuni ce pot genera o deconstruire a procesului ar putea decurge dintr-o comprehensiune precară a conexiunilor intrinseci între emițător și receptor sau pur și simplu din cauza unor inadvertențe discursive ce duc la disoluția mecanismelor de persuasiune și implicit la prăbușirea imaginii consolidate a comunicatorului politic. Înfăptuirea unor platforme constructive de dialog politic poate avea drept efect generarea unor echilibrări sociale prin intermediul corelărilor și recalibrărilor ideologice, fiind puse în valoare acele trăsături comune ce au potențialul de a armoniza mediul social, ignorându-se în mod deliberat acele elemente conflictuale care reprezintă factori de risc la adresa structurii consolidate a ideologiei sociale. Studiarea traiectoriilor limbajului politic are ca scop efectuarea unor evaluări obiective ale actului de comunicare în sine, urmărind totodată identificarea și respingerea exigențelor de persuasiune manipulativă în vederea obiectivului asumat de a decela intertextualitatea sau refluxurile subliminale, generându-se un cadru de decodificare apt să clarifice și să consolideze resorturile de veridicitate obiectivă ale comunicării politice ca și demers de imagine.

Cel de-al doilea capitol, intitulat *Structuri generative ale discursului politic*, intenționează să elucideze structurile relevante ale discursului, propunându-și să urmărească stratificarea ansamblurilor de colaborare dintre lingvistică și afinități ideologice, fiind aduse în zona de studiu anumite granițe comunicaționale disimulate prin care se generează grilele de funcționare ale cutumelor de comunicare. Cercetarea analitică a discursului va conta pe analiza lingvistică pentru ca mai apoi să exploreze universul subiectiv al apetențelor sociologice colective, dar și individuale, fiind afirmate în acest sens o serie de instanțe analitice descriptive. Strategiile de corelare la nivelul elementelor discursului vor explora zone de convergență ce vor include multiplicități semantice asamblate pentru a se supune dezideratelor ideologice ale structurilor sociale, vizându-se un armistițiu de interpretare ce nu poate fi contestat sau respins în mod arbitrar. Alcătuirea eficientă a unui act de comunicare se realizează în virtutea unor elemente clar fundamentate logic și științific. Tripla axă a discursului politic se bazează, în mod incipient, pe generatorul de comunicare, continuând cu suprastructurile de diseminare, și finalizându-se cu beneficiarul respectivului act de comunicare reprezentat de societate. Convergența de interacțiune a acestor structuri poate fi analizată prin intermediul identificării elementelor de modelare discursivă, a facilitatorului concret și a masei de receptare a mesajului și imaginii politice. Consolidarea unor

structuri compozite între structura de conducere politică și responsabilitate cetățenească pune în ramă finalitatea cheie a cursului distribuirii autorității, în contextul unor conexiuni emoționale adesea artificiale.

Capitolul al treilea, cu titlul *Mijloace de diseminare în construirea imaginii politice*, asamblează traiectorii de analiză conform cărora odată cu noile metode de proliferare a informației au apărut și piloni discursivi adiționali asociați internetului, blogosferei și motoarelor de căutare. Abilitatea acestor noi instrumente de a influența un public cât mai numeros și cât mai corect asamblat în baza vulnerabilității la receptarea unui mesaj politic a condus la modificări în sfera abordărilor strategice de campanie. Diseminarea informațională prin intermediul mass-mediei reflectă emergența unei conexiuni între politician, ca și generator de mesaj, și alegător, ca și beneficiar al mesajului politic, neputând fi ignorată multiplicitatea rețelelor de comunicare pentru mesajul aferent. În cadrul acestui studiu se vor identifica structura ideologică a alegătorilor, emițătorul, dar mai ales mediul de diseminare, bazându-se pe o cât mai bună aderare la dorințele și proiecțiile deziderative ce facilitează în mod asociativ transferul informațional.

Capitolul al patrulea, denumit *Discursul campaniei de imagine politică – analize, interpretări și decodificări aplicate*, propune o examinare critică aplicată asupra unor discursuri de politici selectate în virtutea influenței esențiale avute asupra mecanismelor de imagine și multiplicare de instanțe ideologice. Analiza va lua în considerare resorturile teoretice ale limbajului în conformitate cu relevanța implementării acestora în contextul corelărilor structurii actului de comunicare cu grilele de adaptare și sincronicitate sociologică. Matricea de cercetare folosită în acest capitol va explora un spațiu analitic îndreptat către discursurile și comunicările de imagine politică din sfera politicii americane, furnizând un pluralism de perspective axate pe colaborarea emițătorilor și receptorilor de discurs politic și felul în care aceștia ajung la un ansamblu de corelări pragmatice, ideologice capabile să descrie realități relevante ale unui context politic contemporan. Analiza critică aplicată a unui text politic va detecta și recalibra sferele codate ale discursului, generându-se o separare structurală a limbajului. Orice aspect ideologic din cadrul comunicării va trece prin spectrul unei analize pluridisciplinare sincretice, luându-se în considerare veridicitatea structurală a actului de imagine politică, raportându-se în mod onest la grile de examinare științifice.