

---

***THE RITUALIZATION OF THE POLITICAL DISCOURSE AND THE PHENOMENA OF MANIPULATION THROUGH TELEVISION***

**Petru Dunca, Prof., PhD, Technical University of Cluj-Napoca, Baia Mare Northern University Centre**

**Abstract:** *The scene of power has utilized constantly television in order to transmit its various messages to the public. The political power uses every function of mass-media (information, connection, education, advertising, etc.) in order to achieve its goals. It tries constantly to advance its own agenda. Television reconstructs an event so as to give the desired connotation to the political power, structuring an extremely complex system of manipulation.*

**Keywords:** *political discourse, mass-media, television, manipulation, political power.*

Sfera puterii politice nuanțează un anumit specific în funcție de perioadele istorice și de regimurile politice. Secolul al XX-lea și secolul XXI sunt marcate profund de tipurile de putere politică, de sistem economic, de ideologie, de modul de organizare a raționalității sociale.

În regimurile totalitare, relațiile de conducere sunt înlocuite cu relațiile de teroare și supunere. Elocvente sunt exemplele din timpul regimului nazist din Germania (declanșarea „războiului total”, lagărele de exterminare, construirea unei adevărate industrii a morții, etc.); teroarea din timpul regimului totalitar comunist din timpul lui Stalin (exterminarea populației în numele „luptei de clasă”, zeci de milioane de morți, exterminarea opozanților în Gulagul siberian. Aceeași teroare este extinsă și în țările satelit, printre care și impunerea regimului totalitarist în România (întreaga elită este deportată și exterminată în închisorile comuniste).

Claude Polin, într-o lucrare în care analizează totalitarismul de orice tip ar fi el, afirmă că: „prin totalitarism trebuie să înțelegem despotismul total care se definește astăzi, care se identifică prin următoarele șase trăsături, care corespund în fond enumerărilor privind câmpurile de aplicare posibile ale acestui despotism din interiorul unei societăți: o ideologie, un partid unic care se află în vârful societății, un ideal tipic, un singur conducător, o poliție ce recurge la teroare, un monopol asupra mijloacelor de comunicare de masă, un monopol asupra armatei și o economie centralizată”<sup>1</sup>. Bernard-Henri Lévy, în lucrarea *Barbaria cu chip uman* surprinde câteva trăsături ale puterii politice totalitare: „Statul totalitar este actul de deces al Politicului”<sup>2</sup>. „Este statul care laicizează religia și produce credințe profane.”<sup>3</sup> Referitor la conducătorul suprem, „totalitarismul este acea stare a Politicului în care, pentru prima oară, Principele se crede Suveran”<sup>4</sup>. Statul totalitar consideră că el este fondatorul societății, al tuturor sistemelor și structurilor.

În societățile democratice fie că este vorba de conservatorism, liberalism, social-democrație, partide populare, laburiste, etc., se caută modalități și tehnici prin care autoritatea

---

<sup>1</sup> Claude Polin, *Le totalitarism*, Ed. Presses Universitaires de France, Paris, 1982, p. 13.

<sup>2</sup> Bernard-Henri Lévy, *Barbaria cu chip uman*, Ed. Humanitas, București, 1992, p. 130.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p. 131.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p. 133.

politică își manifestă legitimitatea prin consens. Maurice Duverger, vorbind despre legitimitatea puterii, consideră că rezidă din faptul că ea este conformă schemei de legitimitate definită de sistemul de valori și norme ale colectivității în cadrul căreia se exercită și că asupra acestei scheme există un consens în interiorul colectivității<sup>5</sup>.

Democrația se leagă de procesul legislativ, fie că este vorba de democrație directă, de democrație indirectă, sau de pluralism.

Autoritatea politică se fundamentează pe consensul majorității opiniei publice. În cadrul puterii politice, regimul politic și elitele politice fundamentează coordonatele sistemului politic. În lucrarea *Sociologia elitelor*, Jacques Coenen-Huther face o trecere în revistă a teoriilor care analizează elitele, rolul pe care îl joacă elitele ca o clasă conducătoare, ca grupuri de influență. „Elita puterii se sprijină pe poziții instituționale și pe capacitățile decizionale.”<sup>6</sup> Se vorbește de o „suprapunere secvențială, adică trecerea dintr-un sector de activitate în altul, pentru a ocupa succesiv diferite funcții de conducere”<sup>7</sup>.

Jacques Coenen-Huther face referiri la lucrarea lui Charles Wright Mills, *Elita puterii*, care vorbește de o anume omogenitate: „coincidența structurală a intereselor lor, ca și elemente psihologice complete ce țin de originea și de formația lor, cariera și frecvențele lor creează afinități între ei, afinități care le permit să spună unii despre alții: «Bineînțeles, ești de-al nostru». Toate acestea constituie proba unei conștiințe de clasă în sensul ei psihologic.”<sup>8</sup>.

Membrii elitei acceptă „jocul politic” și valorifică beneficiile sistemului. În Occident, elitele politice sunt membrii partidului care se fundamentează ideologic. Și în România post-decembristă există numeroase cazuri în care reprezentanții Parlamentului pendulează către guvern, ocupând diferite funcții, sau către Parlamentul European. Traian Băsescu ajunge primar general al capitalei, apoi ministrul transporturilor, iar două candidaturi este Președintele României. Victor Ciorbea, din primar al capitalei, ajunge premier, și după aceea revine în Parlamentul României și apoi avocat al poporului. Călin Popescu Tăriceanu ajunge din parlamentar, prim-ministru și apoi președintele Senatului României. Premierul Victor Ponta participă la alegeri în 2014 pentru funcția de președinte al României, Klaus Iohannis din funcția de primar al Sibiului aspiră la funcția de președinte al României. La acest nivel, exemplele sunt suficient de numeroase. Implicarea diferiților oameni politici, indiferent de orientarea ideologică, în diferite „afaceri”, ilustrează „solidaritatea” clasei politice.

Se poate naște întrebarea dacă acest concept de elită politică nu contravine democrației?

Karl Manheim, în *Ideologie și utopie*, arată că existența unei elite care să coordoneze nivelurile societății este inevitabilă. „Diversificarea corpului social antrenează o multitudine de aspecte a elitelor cu vocație specifică: politice, organizaționale, intelectuale, artistice, morale și religioase.”<sup>9</sup>

<sup>5</sup> Maurice Duverger, *Sociologie de la politique*, PUF, Paris, 1973, p. 177.

<sup>6</sup> Jacques Coenen-Huther, *Sociologia elitelor*, Ed. Polirom, Iași, 2007, p. 74.

<sup>7</sup> *Ibidem*.

<sup>8</sup> Charles Wright Mills, *L'élite du pouvoir*, Ed. Maspero, Paris, p. 1969, p. 290, apud Jacques Coenen-Huther, *op. cit.*, p. 75.

<sup>9</sup> Karl Manheim, *Ideologie și utopie*, PUF, Paris, 1956, apud Jacques Coenen-Huther, *op. cit.*, p. 87.

În vederea construirii legitimității, de un monopol al prestigiului prin care elitele politice prin intermediul mass-media fac apel direct la opinia publică, la electorat. „Fenomenul nu poate fi redus la o «mediatizare» a spațiului public.”<sup>10</sup> Reprezentanții elitelor politice valorifică „publicitatea asigurată de mass-media, cu condiția ca acțiunile lor să capete un caracter spectaculos”<sup>11</sup>.

Este un fapt arhicunoscut în diferite țări occidentale „alianța” dintre magistrați și jurnaliști. Acest fapt este extrem de elocvent și în România ultimilor ani. Acțiunile magistraților sunt amplu prezentate, în cele mai mici detalii. De rezonanță este cazul Adrian Năstase, procesul care s-a derulat pe o perioadă de câțiva ani, arestarea, viața în detenție. Procesele lui Gigi Becali, Relu Fenechiu, Dinu Patriciu, Dan Voiculescu, Radu Mazăre, președinți de consilii județene, primari, vameși, „mafia țigăneasă”. De multe ori asistăm la telejustiție: justiția se face la posturile de televiziune. În numeroase cazuri, până la sentința finală asistăm la adevărate execuții mediatice, la linșaj mediatic.

Acțiuni cu „mascați”, cu zăngănit de cătușe, cu dube, cu mașini cu girofar – nu fac decât să impresioneze opinia publică, iar numeroase personaje politice, personalități politice, își pierd notorietatea și prestigiul. Este un ritual tipic de promovare a imaginii negative.

Influența persuasivă a acestor lideri scade. Scade legitimitatea în raport cu spațiul public. Scade prestigiul diferitelor grupuri politice. Atacurile constante la liderii liberali și ai PSD, acuzați de „spectaculoase” cazuri de corupție, care sunt prezentate în emisiunile de știri TV, în dezbateri politice, duc la o trecere de la o *democrație de confruntare* (proiecte, programe, etc.) la o *democrație de înfruntare*. Oamenii politici au creat acest fenomen grupând sistemele mass-mediei: mass-media prietenoase și alte trusturi media mai puțin prietenoase, nocive. Lansarea sintagmei „mogulilor”, care prin trusturile de presă pun în pericol „statul de drept”, sunt de notorietate națională și internațională. Sintagma fiind lansată și având priză la public în cele două rînduri de alegeri la care a candidat Traian Băsescu („stigmatizarea” mogulilor Vîntu, Patriciu, Voiculescu, etc.).

Reprezentanții elitelor promovează un proces de contestare reciprocă.

Bazele legitimării politice se plasează în ordinul discursivității, care presupune structuri de raționamente și de argumente persuasive. Constantin Sălăvăstru, în lucrarea *Discursul puterii*, se întreabă care sunt structurile discursului politic care legitimează puterea politică. Autorul identifică câteva direcții: a. *legitimarea cognitivă*; b. *legitimarea ideologică* și o *legitimare a continuității puterii*, care este și o *legitimare programatică a acțiunilor*.<sup>12</sup>

Discursurile politice sunt marcate de imagine, construiesc imagini și în același timp au dimensiune imperativă. Aproape toate discursurile politice au un caracter polemic, atât din partea liderilor politici, a partidelor politice, cât și din partea actorilor mass-media (presă scrisă, televiziune, internet).

În relația dintre comunicare și ritual politic, Mihai Coman, în *Mass-media, mit și ritual*, prezintă o serie de clarificări pe care le realizează antropologul american E. Rothenbuhler, care identifică patru zone de interferență: a. mediatizarea marilor ceremonii

<sup>10</sup> *Ibidem*.

<sup>11</sup> Jacques Coenen-Huther, *op. cit.*, p. 125.

<sup>12</sup> Constantin Sălăvăstru, *Discursul puterii*, Ed. Tritonic, București, 2009, p. 50-51.

publice; b. utilizarea rituală a produselor mass-media; c. ritualuri de muncă ale jurnaliștilor; d. televiziunea ca religie<sup>13</sup>.

În cadrul riturilor publice la nivel macro-social, „se pot integra numeroase cercetări referitoare la mediatizarea unor ceremonii publice de anvergură sau la tratarea în regim ceremonial a unor evenimente politice și sociale majore”<sup>14</sup>. Există, de asemenea, riturile de grup, la nivel micro-social, care sunt create de televiziune. „Ea apare ca expresia unor comportamente de consum repetitive și formalizate, a unor comportamente de producție stereotipe și de rutină sau a unor tipuri de mesaje care, chiar dacă par a se referi la fapte, momente, locuri și personaje mereu altele, sunt, în esență, identice – aceeași structură narativă, aceleași familii de teme.”<sup>15</sup>

Doi antropologi americani, Elihu Katz și Daniel Dayan, publicau în 1992 lucrarea *Media Events*, ce structurează acest model, *media events*. Ar fi evidente media sociale curente: sărbători calendaristice, mitinguri electorale, pelerinaje religioase, sărbători câmpenești, etc. Mitingurile electorale organizate în cadrul campaniilor electorale (mitingurile organizate de USL la care participă 70.000 membri și simpatizanți. Totul este bine organizat, conform unui scenariu, la Galerile Arena din București și, de asemenea, mitingul de lansare a candidaturii la Președinția României, tot cu o participare de 70.000 membri și simpatizanți. Muzică mobilizatoare, pancarte, vestimentație, discursuri de susținere a principalului candidat. Discursul, mobilizator pentru public. Transmiterea evenimentului la toate televiziunile. Critica evenimentului de către adversarii politici.

Participarea liderilor politici la marile evenimente religioase (hramuri de biserici și mănăstiri) și, de asemenea, la marile sărbători câmpenești: vizita lui Traian Băsescu în Bucovina, la Sâmbra oilor de la Satu Mare, Tânjaua de pe Mara, Hora de la Prislop, etc. Personajul politic realizează vestitele „băi de mulțime”, îmbrăcat în haine tradiționale din zona respectivă, mulge oile țăranilor, ca un personaj care socializează cu ei.

Vizitele oamenilor politici la marile evenimente naționale: 24 ianuarie, 1 decembrie, etc., reprezintă scenarii de ritualuri politice: întâlniri cu mulțimile, parade militare, discursuri politice și, dacă este posibil, și „huiduieli” pentru un lider sau altul.

„Presa selectează trei tipuri de elemente: a) *momentele de vârf ale manifestării*, care, prin aceasta, sunt purtătoare ale unor semnificații specifice ale ritualului; b) *atmosfera generală*, care permite acumularea de detalii în măsură să confirme caracterul ceremonial al evenimentului; c) *momentele liminale*, care, prin conținutul lor simbolic, dezvăluie semnificațiile profunde ale evenimentului.”<sup>16</sup>

În cazul unui miting electoral pentru campania de candidatură la președinția României, după intrarea triumfală a candidatului principal, momentele de vârf ale manifestării îl reprezintă discursurile liderilor politici și, în principal, discursul liderului principal. Atmosfera generală: scandări de lozinci, susținerea prin aplauze a liderilor în timpul discursurilor, prezentarea de pancarte mobilizatoare, finalul în care se intonează melodii cu mesaj, confetti,

<sup>13</sup> E. Rothenbuhler apud Mihai Coman, *Mass-media, mit și ritual*, Ed. Polirom, Iași, 2003, p. 54.

<sup>14</sup> *Ibidem*, p. 58.

<sup>15</sup> *Ibidem*.

<sup>16</sup> Karin Becker, 1995, „Media and the Ritual Process” în *Media, Culture and Society*, vol. 17, p. 629, apud Mihai Coman, *op. cit.*, p. 65.

focuri de artificii. Momentele liminale au un caracter simbolic pe tot parcursul desfășurării mitingului: de la intrarea liderilor, la intonarea imnului de stat, discursurile care să sugereze forța și încrederea, simbolistica națională, internațională și de partid.

Dimensiunea rituală a mesajelor de televiziune se datorează și regularității jurnalelor de știri și uniformității acestora. Ritualizarea prin repetitivitate creează spectaculosul în comunicarea media. Informația este redusă esențială. Pasajele citate din luările de cuvânt despre o problemă sau alta care se discută în Parlament, la Guvern, la Președinție sunt *aservite și nu demonstrează*. Manipularea se produce prin accentuarea unor aspecte care nu pot fi verificate în general și prezintă aspecte neadevărate, dar prezentate ca adevărate. Este vorba de o *manipulare a urgenței*, a evenimentului mediocru care trece în planul spectaculosului. Cum afirma Stendhal: „să zugrăvești cât mai bine mediocrul!”

În scopul de a acoperi o audiență cât mai mare, paradigma talk-show-ului este tot mai prezentă și în televiziunile din România. Se prezintă frânturi dintr-un eveniment politic, o declarație politică a unui lider, o gafă într-o anumită situație dată, destăinuirii despre fapte de corupție, arestări la DNA, iar jurnaliștii și invitații care sunt personaje politice, în general aceleași în marea lor „sinceritate”, cam aceleași.

Publicul este anunțat că se vor face destăinuirii senzaționale despre un lucru sau altul care a fost investigat de jurnaliști din surse autorizate. Cei care participă la dezbateră televizată se cunosc între ei, se întâlnesc, împărtășesc aceleași idealuri ideologice sunt prieteni. La Antena 3 mereu se află în platou Mihai Gâdea, Mugur Ciuvică, Radu Tudor, Mircea Badea. De notorietate este prietenia de la Realitatea TV dintre Cosmin Gușă și Rareș Bogdan sau maestrul Ion Cristoiu. La B1 TV, prietenii dintre Robert Turcescu, Andreea Pora, etc. Aceste aspecte le găsim la majoritatea televiziunilor naționale sau locale.

Un rol esențial îl are *prezentatorul*. El este cel care structurează timpul de discurs, acordând o mai mare atenție anumitor interlocutori sau minimalizând pe alții din platou. El este cel care trasează universul de discurs, manipulează timpul intervențiilor, gratulează, ironizează, întrerupe. El se dovedește a fi purtător al auditorului, dar și al unui anumit grup de interese economice sau politice. „Există atâtea niveluri ale expresiei, fie și doar în planul vorbirii propriu-zise – dacă reușim să controlăm nivelul fiziologic, nu reușim, în schimb, să-l controlăm și pe cel sintactic.”<sup>17</sup>

Un alt nivel de care vorbește Pierre Bourdieu este cel al „compoziției platoului.”<sup>18</sup> În platou sunt invitați doar cei ce sunt agreeți și nu sunt invitați alții care ar răspunde altfel la chestiuni în dezacord cu prezentatorii. Aceasta este o formă constantă de manipulare. Compoziția platoului nu sugerează un „echilibru democratic”.

Un alt plan este scenariul prezentat în prealabil participanților, pregătirea acestora pentru a intra în emisie. Semnificativă este construirea paradigmei *jocurilor de limbaj* ale protagoniștilor: dezbateră televizată este după modelul catch-ului: trebuie să existe competiție, confruntare, dispute, cei care spun adevărul și ceilalți care îl contrazic. Dar nu toate „loviturile” sunt permise. Prezentatorii preferă personaje care intră în jocul lor sunt „clienții cei buni”. În acest sens, emisiunile televizate sunt prea puțin autonome.

<sup>17</sup> Pierre Bourdieu, *Despre televiziune*, Ed. Art, 2007, p. 49.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 19.

Televiziunile, la fel ca în majoritatea țărilor, și în România depind de factorul economic și de cel politic. Manipulările jurnalistice depind de interesele acestor factori. Pericolul nivelării informaționale legate de aceste zone este mai mult decât evident. Rolul comercial al televiziunii este în strânsă legătură cu cei doi factori. Are loc o intruziune a celor trei poli, televiziunea fiind o zonă dominată.

Posturi de televiziune au în spate trusturi de presă și interese economice și politice. În campaniile electorale, televiziunile sprijină vizibil o grupare politică sau un lider al unei formațiuni politice. Sunt de notorietate emisiunile de la B1 TV în favoarea lui Traian Băsescu sau PDL și mai nou pentru Klaus Johannis și Elena Udrea, Monica Macovei sau cele de la Antena 3 pentru PSD și candidatul Victor Ponta. Sau cele de la România TV pentru Klaus Johannis sau emisiuni care critică constant politica premierului Victor Ponta.

Jurnaliștii sunt și ei, la rândul lor, manipulați de aceste interese economice și cele politice. Echidistanța deontologică este o privilegioare rară.

În timpul revoluției din România, televiziunea, de fapt, singura televiziune, transmite în direct luptele de stradă între manifestanți și așa-numiții „teroriști”. Mesajele care se dau de către personajele politice pentru națiune se stabilesc în studiourile televiziunii. Se fac și se desfac guverne, se transmit mesaje către armată și securitate. În centru, televiziunea este factorul principal de coordonare și manipulare. Se perindă prin fața camerelor Ion Iliescu, Petre Roman, Mircea Dinescu, Ion Caramitru și alte personalități culturale și politice.

Televiziunea este o „citadelă” apărată de revoluționari. Totul trebuie să fie văzut de către populația din întreaga țară. S-a spus că a fost vorba de o *telerevoluție*. Aceeași situație o vom găsi la alți parametri și în Rusia prin demisia lui Gorbaciov, prin preluarea puterii de către Boris Elțin sau în situația atacului de către trupele de asalt asupra Parlamentului rus trimise de Boris Elțin.

În perioada următoare, în România, la televiziune se duce o luptă acerbă pentru preluarea conducerii de către partidele politice ajunse la putere pentru a influența opinia publică. Televiziunea națională avea întreaga rețea de transmitere a emisiunilor prin relee, aria de receptare în întreaga țară. Televiziunea națională devine o tribună de luptă ideologică.

După apariția altor televiziuni cu extindere națională: Pro TV, Antena 1, Antena 3, B1 TV, Realitatea TV, România TV, interesul puterii politice pentru a impune conducerii Televiziunii Naționale a scăzut și și-a centrat atenția spre alte televiziuni pentru promovarea intereselor sale.

Georges Ballandier vorbește despre intrarea într-o nouă eră – era „*videosferei*”, în care „Forța comunicării și cea a tehnicii se asociază. Ele se juxtapun și se consolidează reciproc.”<sup>19</sup> Limbajul televiziunii are o miză politică. „Comunicarea dintre guvernanți și guvernați nu a fost niciodată atât de instrumentalizată, aproape exclusiv practică doar cu ajutorul specialiștilor, cum se întâmplă acum.”<sup>20</sup> Mass media își adaptează constant limbajul pentru a ajunge la public. „Spațiul mediatic este marea scenă unde se situează toate scenele vieții colective. Ea le formează și le reflectă. În aceste condiții, politicile nu mai au o dominație totală, ele depind de o regulă principală: cea a acțiunii coordonate.”<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Georges Balandier, *Scena puterii*, Ed. Aion, Oradea, 2000, p. 146.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 149.

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 150.

În scenografia comunicării există o preocupare de a calcula și de a controla efectele, de a le devia sau de a le dezvolta. Acest lucru se întâmplă când se urmărește găsirea răspunsului la întrebarea „Ce gândesc oamenii despre puterea politică?”

În perioada guvernării și mai ales în campaniile electorale, manipularea se realizează și prin realizarea de sondaje care se fac periodic pentru a influența alegătorii. „Acela care se lasă influențat de sondaje, de *sondajul dirijat*, foarte adesea se lasă înghițit în falsitate și de falsitate.”<sup>22</sup> Există o dependență de sondaje a politicienilor în majoritatea țărilor. Ele sunt expresia puterii mass-media asupra poporului; iar influența lor deseori blochează decizii utile și necesare sau chiar duce la decizii greșite, susținute de simple „zvонuri”, de opinii slabe, informale, manipulate și uneori dezinformate.”<sup>23</sup>

Televiziunea este invocată ca autoritate. „Am aflat de la televiziune cutare știre”, „Ai văzut ce spun sondajele?” sunt expresii curențe pentru a se invoca spiritul de legitimitate al informației, fie că este o informație falsă sau adevărată, când este vorba de un anumit fenomen. Suntem deja în plin proces de manipulare.

Și imaginea minte. Imaginile despre evenimente, când ajung la telespectator, au trecut prin procesul de montaj. „În general, și în mod generic, vederea în televiziune decontextualizează, căci se bazează pe prim-planuri în afara contextului”<sup>24</sup>

Politicieni, clanuri mafiote plimbate la DNA, la locurile de detenție, mandatele de aducere cu „mascați” și concluziile celor care la emisiunile de știri comentează vinovăția celor din situațiile respective, ilustrează faptul că mai întâi justiția se face la televizor, acolo se dă sentința în cadrul acelei *tele-justiții*, chiar dacă se va constata că personajul respectiv va fi considerat de justiție nevinovat.

„Micul ecran devine cea mai importantă autoritate cognitivă a marelui public, ci și că în același timp atribuie o pondere nemaipomenită și strivitoare mărturiilor mincinoase.”<sup>25</sup> În cazul politicii, autoritățile cognitive ajung să fie politicieni și jurnaliști care sunt marcați de presiunea apartenenței la un anumit partid politic care este la guvernare sau în opoziție.

În general, în mass-media din România post-decembristă, a dominat, promovarea imaginii negative. *Tele-scandalurile* sunt mereu prezente în jurnalele de știri. Imagini și date despre o corupție generalizată în cele mai înalte sfere ale puterii sunt vehiculate zilnic. Aceeași „situație devoratoare” o găsim în paginile cotidianelor și săptămânalelor. Este o *manipulare de tip maniheist*: unii sunt buni și alții sunt cei răi, asta depinzând cărei grupări este aservit trustul respectiv de presă. Concluzia publicului este aceea că „toți sunt la fel!” Se produce o lipsă de încredere în clasa politică. Atacurile repetate ale Președintelui Traian Băsescu asupra premierilor, exceptându-l pe Emil Boc, și asupra guvernelor și Parlamentului au decredibilizat aceste instituții. Efectul de bumerang nu s-a lăsat așteptat: acuzații asupra Președintelui Traian Băsescu că a vândut flota, achiziționarea casei din Mihăileanu, cazul achiziționării de terenuri la Nana.

Conflictele constante la nivelul puterii aduc o atingere gravă imaginii consolidării democrației în România.

<sup>22</sup> Giovanni Sartori, *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Ed. Humanitas, București, 2005, p. 59.

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 59.

<sup>24</sup> *Ibidem*, p. 23.

<sup>25</sup> *Ibidem*, p. 92.

---

Această video-politică favorizează *emotivizarea politicii* și decapitarea și marginalizarea problemelor majore cu care se confruntă România. Disputa și confruntarea politică presupune dialog al ideilor și proiectelor pentru întregul popor.

Același Giovanni Sartori afirma că în acest tip de politică „înfierbântată de micul ecran, ridică și stârnește probleme fără a oferi nici cea mai mică idee despre felul în care se rezolvă. Și astfel le agravează.”<sup>26</sup>

### **Bibliografie**

- Balandier, Georges, *Scena puterii*, Ed. Aion, Oradea, 2000.  
Bourdieu, Pierre, *Despre televiziune*, Ed. Art, 2007.  
Coenen-Huther, Jacques, *Sociologia elitelor*, Ed. Polirom, Iași, 2007.  
Coman, Mihai, *Mass-media, mit și ritual*, Ed. Polirom, Iași, 2003.  
Duverger, Maurice, *Sociologie de la politique*, PUF, Paris, 1973.  
Lévy, Bernard-Henri, *Barbaria cu chip uman*, Ed. Humanitas, București, 1992.  
Polin, Claude, *Le totalitarism*, Ed. Presses Universitaires de France, Paris, 1982.  
Sartori, Giovanni, *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Ed. Humanitas, București, 2005.  
Sălăvăstru, Constantin, *Discursul puterii*, Ed. Tritonic, București, 2009.

---

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 93.