

## **POLITICAL COMMUNICATION THROUGH SOCIAL NETWORKING IN NOWADAYS ROMANIA**

**Sultana Avram, Assist. Prof., PhD, "Lucian Blaga" University of Sibiu**

*Abstract: The role played by online social networking in Romanian politics has recently increased due to the impact on youngsters and the possibility to influence their political decisions. Facebook is the most used platform to spread political opinions and enter into direct dialogues with citizens, politicians as Traian Basescu, Victor Ponta, Adrian Nastase, Elena Udrea, Crin Antonescu and many others, noticing the importance of such tools. Political institutions, political parties, politicians, citizens, use social networking especially during election campaigns, encouraged by the example of Barack Obama, who in a very short period of time, won votes through networking during his last election campaign. Politically relevant information from online social media are gathered and analyzed in order to improve communication with voters, identify influential users, and opinion leaders, discuss important topics for the public, choose appropriate methods of influencing voter's attitude. Sooner or later the slogan "Ati mintit poporul cu televizorul" will be replaced by "Ati manipulat tineretul cu internetul", as so many lies, remade pictures and confusing information that cannot be verified, infested the social media. On the other hand, the possibility to hide your identity enables an uncensored communication, citizens expressing their point of view freely, sometimes in an aggressive way. Insult, and aggressiveness is met not just in blogs, facebook or twitters netizens (citizens on the net), but often on influential politician's statements. How does this affect national-level politics? Trying to participate effectively in the political decision making, the internet users are slowly replacing television as the central means of political communication. As the presidential elections are round the corner, internet is being used politically to conquer votes rather than to change political ideas.*

**Keywords: political opinion, social media, communication, facebook, votes.**

Datorită internetului, comunicarea politică a suferit mari transformări în ultimele două decenii, afectând și strategiile de comunicare din cadrul campaniilor electorale. Prezența pe internet a politicianilor pe facebook, twitter sau bloguri a influențat elaborarea și transmiterea mesajului, dar și interacțiunea cu utilizatorii. Rivalitatea manifestată pe paginile de socializare, preluată și de massmedia, are efect în special asupra tinerilor, care preiau și transmit informațiile sub acoperirea anonimatului. Politicienii sunt ajutați, voluntar sau involuntar, prin distribuirea de videoclipuri, animații și caricaturi ale oponentilor politici, imaginile având darul de a ridiculiza adversarii și a atrage voturi pentru propria persoană. Comentariile internauților pro sau contra induc convingerea că se participă efectiv la actul politic și au un impact asupra celorlalți utilizatori. În plus și prin e-mail (în general spam-uri), se transmit mesaje extinse, false sau distorsionate, privind viața personală a unor politicieni. Comunicarea on-line este eficace datorită vitezei de transmitere a mesajelor și a faptului că este mult mai ieftină decât televiziunea, sau presa scrisă, de exemplu. Unul dintre dezavantajele internetului este apariția și dispariția rapidă a informațiilor, apoi selectarea utilizatorilor care pot primi informația prin constituirea de grupuri de acces, prin numărul limitat de oameni în vârstă care folosesc internetul și accesul dificil în mediul rural prin lipsa tehnologiei. Problematika este vastă și complexă și ar necesita un studiu de anvergură. Noi ne propunem doar să menționăm câteva aspecte.

Încurajați de succesul lui Barack Obama care a câștigat un număr mare de voturi prin folosirea în Campania prezidențială a rețelilor de socializare, politicienii români s-au grăbit să-i urmeze exemplul în sensul folosirii rețelilor de facebook, twitter sau bloguri pentru transmiterea de mesaje electorale. Astfel, Traian Băsescu dar mai ales Elena Udrea, Victor Ponta, Klaus Johannis și mulți alții își bombardează utilizatorii cu fotografii de familie, fotografii din vizitele de lucru, comentarii politice sau declarații la adresa oponentilor politici. Echipele lor lucrează permanent la înfrumusețarea profilului propriului candidat și la defăimarea celorlalți. Numărul de *like*-uri obținut de fiecare postare sugerează impactul pe care mesajul l-a avut. Informațiile politice relevante sunt adunate și analizate de aceste echipe pentru a găsi metodele potrivite de influențare a opiniei alegătorului, pentru a putea îmbunătăți comunicarea cu votanții, pentru a identifica liderii de opinie și utilizatorii influenți. Comentariile pro sau contra sunt monitorizate și cenzurate de pe pagina oficială a candidatului. Spre deosebire de broșurile și fluturașii tipăriți, care pot să devină “documente istorice” de-a lungul timpului, imaginile și comentariile de pe internet “dispar” și anumite afirmații sau imagini se uită. De pe fluturași se observă mai ușor oscilațiile politice, traseismul și inconsecvența declarațiilor. Pentru exemplificare, din bogata colecția personală de materiale electorale începând cu anul 2000 vă prezint doar două, din lipsă de spațiu:

**TESTEAZĂ-TE!**

Cine a cumpărat Dacia Logan din banii noștri în valoare de 70.000 euro?

PSD  PNL

Ce partid a votat în favoarea suspendării președintelui?

PSD  PNL

Ce partid a votat pentru păstrarea imunității parlamentare a lui Năstase și Mitrea?

PSD  PNL

De la ce partide sunt ștabili plățiți de la buget cu zeci de mii de euro?

PSD  PNL

Până când să îndurăm furturile și lipsa de respect a guvernului PNL-PSD? Moțiunea cetățeanului depusă de PDL apară drepturile românilor. În numele cetățenilor României: **guvernul PNL-PSD trebuie să plece!**

**Semnați moțiunea „Ei cu Ei, Noi cu Voi”!**

www.EicuEi.ro **Ține cu tine**

**A venit și vremea ta!**  
 După ani de hoție, a venit timpul Dreptății!  
 După ani de minciună, a venit vremea Adevărului!  
 După ani de sărăcie, a venit vremea să muncim cu folos!  
 Nu voi fi Președintele hoților, baronilor și minciogilor!  
 Voi fi Președintele tău!  
*Traian Băsescu*

**Așa DA Președinte!**

**Programul Alianței D.A. în cifre:**

- ☉ Salariul mediu brut de 321 Euro în 2008
- ☉ Majorarea salariului bugetarilor cu 60%
- ☉ Recalcularea pensiilor pentru persoanele ieșite la pensie înainte de 1990
- ☉ Pensia medie de 110 Euro
- ☉ Ajutor de 200 Euro la întemeierea familiei
- ☉ Cota unică a impozitului pe profit de 16%
- ☉ Creșterea numărului de salariați din economie cu 355.000 până în 2008
- ☉ Volum de investiții străine directe de 2,7 miliarde Euro/an
- ☉ Generalizarea învățământului obligatoriu de 10 ani
- ☉ Creșterea veniturilor salariale în spitale cu 50%
- ☉ Acoperirea cu 100% a costului medicamentelor din fondul asigurărilor sociale
- ☉ Acordarea unei rente viagere de 50 -100 Euro pe an la hectar

**Așa DA program!**

Manipularea prin imagine este cea mai puternică, având un impact deosebit asupra alegătorilor. După încheierea alegerilor aceste materiale de propagandă sunt aruncate și uitate împreună cu promisiunile făcute. Spre deosebire de acești fluturași, postările pe internet stărnesc nenumărate comentarii și pasiuni, împărțind țara în tabere care păstrează aceeași înverșunare și după încheierea alegerilor.

Discreditarea oponentilor îmbracă forme virulente, iar violența verbală pătrunde și în viața privată a candidaților. Astfel, într-o scrisoare deschisă către Victor Ponta<sup>1</sup>, publicată și transmisă prin e-mail către n persoane, premierul este acuzat de violență casnică, relații sexuale extraconjugale, participare la orgii sexuale, corupție, mită, etc., pentru a determina alegătorii să nu-l voteze. Chiar dacă unele sau toate aceste acuzații s-ar dovedi la o anchetă ca fiind nefondate, calomnierea și-a făcut efectul, credibilitatea lui a scăzut, o parte dintre votanți schimbându-și opinia și deci candidatul. Desigur, politicienii sunt vânați peste tot și imaginea, de exemplu, a lui Victor Ponta cu insigna cu sloganul „Salvați Roșia Montană” i-a adus multe voturi, ca mai apoi premierul să-și schimbe poziția motivând că trebuie asigurată „libertatea energetică” a țării, atitudine ce i-a scăzut drastic din voturi. Minciunile electorale sunt unanim cunoscute, însă fiecare candidat acuză partea adversă de nerespectarea promisiunilor.

Într-o altă postare, pe facebook de data aceasta, un internaut cerea distribuirea unui articol în favoarea lui Klaus Johannis<sup>2</sup>, articol apărut în revista 22, care a strâns peste 80 de comentarii. La aceste comentarii pot participa inclusiv utilizatori din alte țări, care astfel își formează o opinie pe care apoi o împărtășesc familiei și prietenilor care nu navighează pe internet. Persuasiunea și manipularea sunt două instrumente ale comunicării întâlnite în fiecare zi inclusiv pe internet.<sup>3</sup>

Caricaturile apărute pe internet îi vizează pe principalii politicieni, iar caricaturile sau fotografiile trucate sunt de multe ori indecente, grotești chiar, depășind cu mult granița bunului simț.

Un loc aparte îl ocupă parodiile, în stilul clasicilor români, însă cu textul adaptat la situația politică sau socială existentă. Majoritatea nu au un autor, ele fiind trimise prin e-mail la grupurile de prieteni și răspândite cu rezeziune, stârnind aprobarea sau dezaprobarea cititorilor. Iată un exemplu:

*La vodă vine un arab,  
cu o figură de asab.  
"Eu, doamne, șeful de la SMURD,  
la tine vin, ca la un surd,  
ajuns astăzi nabab.  
Românii toți s-au minunat,  
când SMURD-ul am înființat.  
Sunând la unu, unu, doi,  
prin frig, prin zloată, prin noroi,  
pe mulți noi i-am salvat.  
Dar unora le stau în gât,  
ca un broscoi tare urât,  
cum ar fi spus Ioan Oltean,  
un mizerabil de curtean,  
nu zic mai mult de-atât.*

<sup>1</sup> <http://www.cocoon.ro/?p=5846>

<sup>2</sup> <http://www.revista22.ro/marea-coali539ie-antiiohannis-48385.html#.VDOaywnMFO4.facebook>

<sup>3</sup> <http://www.ziarulunirea.ro/persuasiunea-si-manipularea-doua-instrumente-ale-comunicarii-intalnite-in-fiecare-zi-208728.html>

*Se îngrozesc românii toți,  
că SMURD-ul e vizat  
de hoți  
și, pupăză peste colac,  
măria ta le faci pe plac  
acestor mafioți."  
Tăcu arabul Arafat,  
căci vodă, prost și îngâmfat,  
sări, ca arsul, de pe tron  
și, precum ultimul poltron,  
se puse pe-njurat.  
"Să vii în fața mea cutezi,  
și să acuzi, fără dovezi?  
Îți spun așa, mai voalat,  
că, de la mine, din  
palat,  
te-arunc, de nu te vezi!  
Azi, pentru mine-i un mister,  
prezența ta în minister.  
Chiar n-o fi mai găsit Emil  
un pedelist cât mai umil,  
doar un arab sever?!  
Tu, venetic în astă țară ,  
mă faci pe mine de ocară?  
Ia vezi, poate-ți găsești de treabă,  
urgent, în țară ta arabă  
sau alta, bunăoară!  
Chiar dacă-n două mii și cinci,  
când, zice-se, munceai pe brânci,  
te-am decorat cu mâna mea,  
azi dau cu tine de podea,  
de te mai scoli c-un vinci!"  
Arabul, stând cu ochi uimiți,  
strigă, pe cât putu: "Săriți,  
căci pacientul a scăpat  
de la un medic alopăt  
și și-a ieșit din minți!  
De munca mea s-alege  
scrum,  
bolnavii vor muri, duium,  
de-acum, de-acum sunt condamnați,  
de-acum nu vor mai fi salvați,  
când vor cădea în drum.  
Pe vodă cum să îl îmbun,*

*săracilor ce să le spun,  
 când vor vedea c-au fost lăsați  
 în seama unor îmbuibați  
 chitiți să dea un tun.  
 Ei nu vor aștepta, șirag,  
 "Salvarea" să le vină-n prag,  
 să ia  
 bolnavul la spital.  
 Acest măcel fără egal  
 îl dau eu în vileag."  
 Se-ncruntă vodă: "Ești nebun?  
 Voiești pe sepepiști să-i pun  
 să te arunce peste zid?  
 E SMURD-ul meu și te desfid,  
 atât aș vrea să-ți spun."  
 "Al tău? Acel care-l făcu,  
 din mai nimic, doar n-ai fost tu!  
 Ești tu a-toate-făcător,  
 dar n-ai făcut pentru popor  
 nimic. O, vodă, nu!"  
 Dă vodă semn: "Să-l debarcați  
 și SMURD-ul să-l privatizați,  
 să nu mai văd niciun dărab  
 din ce-a făcut acest arab,  
 de-ar fi și să crăpați!"*

Vestea conflictului dintre SMURD și autoritatea statului s-a răspândit rapid pe internet și a mobilizat masele să iasă în stradă în sprijinul SMURD-ului.

Tot cu ajutorul internetului au fost chemați oamenii să iasă în stradă cu diferite ocazii, cum ar fi încercarea de demitere a președintelui, sau protestele legate de Roșia Montană și exploatarea gazelor de șist, fiind cea mai rapidă și eficace metodă de mobilizare și transmitere de mesaje. Fotografii de la fața locului apăreau instantaneu de la "locul faptei", fiind postate de protestatari. Posibilitatea de a-ți ascunde identitatea permite o comunicare necenzurată, oamenii exprimându-și liber opiniile, uneori într-un limbaj agresiv.

Televiziunile și-au deschis și ele cont pe facebook, de unde încearcă să comunice cu telespectatorii de la care așteaptă opinii, fotografii, informații locale, etc. Echipele de la televiziuni urmăresc blogurile politicianilor și răspândesc, în funcție de interese, comentariile acestora. Încetul cu încetul, utilizatorii internetului înlocuiesc televiziunea -ca principal mijloc de obținere de informații-cu internetul de pe care răsfoiesc presa, citesc blogurile și comentează cu ceilalți utilizatori, majoritatea anonimi, știrile socio-politice. Afectează acest lucru politica la nivel național?

Cu atâtea minciuni, imagini trucate, informații distorsionate ce nu pot fi verificate, mai devreme sau mai târziu sloganul "Ați mințit poporul cu televizorul" va fi înlocuit cu "Ați manipulat tineretul cu internetul".

Cu toate acestea, internetul satisface nevoia de informare și socializare, iar în plan politic dă senzația de participare la actul decizionar, fiind în același timp, prin exprimarea liberă a opiniilor, o “supapă de siguranță” de eliminare a tensiunilor acumulate, o modalitate de descărcare emoțională, necesară pentru menținerea unui echilibru interior, dar și în societate.