

MIZELE DEZBATERII TELEVIZATE ȘI DERAPAJELE DE LA ETICĂ ÎN PERIOADA ALEGERILOR PREZIDENȚIALE

THE STAKES OF THE TELEVISED DEBATE AND THE DEVIATIONS FROM ETHICS DURING THE PRESIDENTIAL ELECTIONS

Mariana BAFANĂ

*doctor în filologie, lector,
Universitatea Ovidius din Constanța*

ORCID: 0009-0007-5235-1872
marianabafana@yahoo.com

Melisa LUPESCU,

*licențiată în științele comunicării,
Universitatea Ovidius din Constanța*

Summary

Starting from the objectives of the debate as a journalistic genre, this paper aims to analyze the ethical and deontological deviations in televised political arenas during the electoral campaign. The content analysis shows how the debate participants—both the journalist-moderator and the presidential candidate in the 2024 and 2025 elections—direct electoral debate communication toward entertainment by staging themes without real arguments, with a low degree of information through frequent omissions, spectacular content, and language lacking professional deontology (defamation, accusations, or personal attacks). These practices depart from the format of a genuine debate and move closer to that of a talk show. Televised public communication absorbs stakes aimed at spectacle and audience ratings, to the detriment of truth and the proper informing of the public.

Keywords: *televised electoral debate, political communication, defamation, spectacle-driven stakes, media ethics*

Dezbaterea, ca gen jurnalistic cu miză a adevărului

Dacă vorbim despre un spațiu de manifestare liberă a opiniei, trebuie să întoarcem în timp, cu mai bine de două mii de ani în urmă, la modelul agorei din Atena, când cetățenii se adunau în piață și stabileau strategiile, decideau și votau. Agora devenea spațiul de dezbateri, simbolismul centrului, unde deciziile politice erau luate democratic, în spațiul public, și justificate în fața cetățenilor pentru a primi aprobarea. Centrul funcționa la nivel simbolic prin reprezentarea plurală a opiniilor, conștientizarea lor prin dezbateri. K. R. Popper preia un citat din Tucidide care demonstrează importanța discuțiilor și dezbaterii: „noi înșine decidem asupra treburilor publice...și nu socotim că discuțiile sunt o pagubă pentru fapte, ci lipsa de lămurire prin discuții făcute mai înainte de a porni la înfăptuirea a ceea ce trebuie...” [6, p. 249]

Astăzi, dacă ne referim la dezbaterile televizate, putem vorbi despre opinie publică, libertatea cuvântului, etica discursului, înțelegerea subiectelor puse în discuție prin tehnici argumentative. Spațiul public în care opiniile se confruntă în cadrul dezbaterii este cel mediatic, un spațiu al reprezentărilor, prin informarea corectă și analiza unor situații, a unor teme puse în discuție, cu scopul de a oferi publicului explicații bazate pe argumente reale, dar și de a căuta soluții la problematicile lansate. Televiziunea are un rol foarte important în menținerea echilibrului dintre adevărul reprezentării sociale și „spațiul public”, prin următoarele etape: raportarea a „ceea ce este spus”, reconstituirea a „ceea ce a fost” sau a „ceea ce s-a întâmplat”, relatarea evenimentelor importante din societate, analizarea a „ceea ce a fost spus” și „ceea ce s-a întâmplat”, comentarea și explicarea unor fapte, printr-un discurs a unor întâmplări petrecute, producerea de „opinii” de către media pentru stârnirea unor reacții (opiniile) venite din partea participanților dezbaterilor publice. [3, p. 56]

Dezbaterea este definită ca „*ancorarea în spațiul public prin intermediul diferitelor domenii de reprezentare a practicii sociale care îl construiesc*” sau „*spațiul de comunicare al ideilor și proiectelor care decurg din societate și se adresează factorilor de decizie din instituțiile societății este sfera publică*”, o componentă importantă a organizării sociale. [3, p. 108] Daniela Zeca-Buzura definește dezbaterea drept un „*produs mediatic hibrid*”, aflat în rivalitate evidentă cu talk show-ul care este „*vizibilă în aproape toate campaniile electorale*”. Dezbaterea are un număr obligatoriu de participanți: minimum trei, maximum șase, iar prezența publicului este obligatorie. [8, p. 137] Conform autoarei, „*dezbaterea televizată implică o importantă miză spectaculară*”, iar diferența dintre talk-show și dezbaterea jurnalistică constă în rolul moderatorului, care conferă identitatea finală a emisiunii. Moderatorul trebuie să își asume trei roluri: „*un simplu rol constitutiv și reglator*” - atribuțiile prezentatorului de-a asigura bună desfășurare a comunicării orale; „*un rol evaluator*” - intervențiile și clarificările asupra discursului; și „*un rol de (auto)reprezentare*” - capitalul său de imagine, în concordanță cu postul TV. [8, pp. 139-140]

În cazul conținutului formatului de dezbatere, P. Charaudeau și R. Ghiglione includ prezența publicului și „finalitatea”, adică problematizarea și înțelegerea, tocmai pentru a obține „credibilitatea” publicului. Problematizarea înseamnă scoaterea în evidență a unei probleme și depinde de modul în care „instanța mediatică construiește, decupează, structurează tema...propune mai multe puncte de vedere în așa fel încât ele să poată fi expuse, apărute, justificate”. [3, p. 108]. Pentru a fi înțelese de către public, trebuie adoptată o strategie „de explicare, de ilustrare, vizând să facă „inteligibile” problematizarea și tezele susținute”. [3, p. 108]

Miza spectacularizării în cazul dezbaterilor

Miza unei dezbateri etice și deontologice, a unui conținut care să respecte reglementările din audiovizual, ar trebui să fie cea a adevărului, însă deschidem ipoteza pe o încadrăm în contextul campaniilor electorale din România și afirmăm că dezbaterile electorale se îndreaptă spre o miză a spectacolului, așa cum o numesc P. Charaudeau și R. Ghiglione, în detrimentul informației adevărate, utile, de interes public. Dacă punerea în scenă verbală și punerea în scenă a imaginii conțin itemi spectaculari, derapaje de la etică, defăimări, insulte și calomnii, limbaj de atac fără argumente solide, încălcări ale

vieții private etc., atunci formatul televizat devine un mixt între dezbateri și talk-show. Contractul de comunicare al mizei spectacularizării corespunde cu răspunsul întrebării „Suntem aici pentru a spune ce?”, fiind un „act de schimb”, după cum afirmă autorii Patrick Charaudeau și Rodolphe Ghiglione. Totodată, scopul instanței mediatice este de a transmite atât informații ce conturează „credibilitatea”, cât și informații cu rol de „captare”, generatoare de spectacol, pentru înfăptuirea „dublei finalități.” [3, pp. 82-83]. Talk-show-ul integrează domeniul privat, utilizează un discurs golit de conținut, un discurs-simulacru, de deformare, o ancorare în divertisment, este „ideologia simulacrului” în care publicului „i se confiscă cuvântul” [3, pp. 121-122].

Pierre Bourdieu le numește dezbateri cu adevărat false sau fals intenționate, dezbateri aparent adevărate sau fals adevărate, integrează dezbaterile în contextul politic și afirmă că „una dintre principalele mize ale luptelor politice o constituie...capacitatea de a impune principii de viziune asupra lumii, ochelari capabili să-i facă pe oameni să vadă lumea conform anumitor împărțiri” [2, pp. 45-48]. Totodată, P. Bourdieu observă o complicitate între instanțele de mediere și între participanți și se întrebă dacă publicul este conștient de această complicitate: „Este vorba despre oameni care se cunosc, care dejunează și cinează împreună” [2, p. 46]. Ceea ce vrea să sublinieze Bourdieu este dezinformarea prin efectul de regie („realitatea percepută ascunde realitatea nepercepută”), de punere în scenă a temelor și personajelor, imparțialitate („Este vorba despre a te pune în serviciul cuiva al cărui discurs este important, pe care vrei să-l auzi ce are de spune, ce gândește, ajutându-l să nască. Or, este exact ceea ce prezentatorii de pe platourile televiziunii nu fac. Aceștia nu numai că nu-i ajută pe cei defavorizați, ci, dacă se poate spune astfel, se străduiesc cu orice preț să-i înfunde”), cenzură („rolul de cenzor atunci când întrerupe un discurs inteligent”, „ocultează condițiile sociale ale propriei construcții” – în cazurile în care nu invită persoanele relevante), întregul registru fiind un simulacru. Punerea în scenă a cuvântului și a imaginii este regizată de echipa de producție și preluată de strategiile prezentatorului. Jocul de limbaj se construiește după mizele audienței date de spectacol: „dezbateri democratică gândită după modelul catch-ului: trebuie să existe înfruntare, luptă, buni și brute...”. Una dintre strategii este numită de P. Bourdieu drept „manipularea urgenței”, P. Charaudeau o notează ca „rolul clepsidrei”, adică prezentatorul care distribuie minutele către participanți. O altă strategie este legată de comunicarea paraverbală, de tonul discursului, „prezentatorul este cel care distribuie tonul discursului, respectuos sau disprețuitor, atent sau lipsit de răbdare” [2, p. 50].

Defăimarea: insulta și calomnia și încadrarea acestora în normele legale

Definită drept „adresa de cuvinte jignitoare sau atribuirea unei boli sau a unei infirmități care, chiar dacă sunt reale nu sunt de interes public” [5, p. 59], insulta are un rol important în politică, fiind parte din mijlocul de comunicare care consolidează imaginea de sine și subminează prestigiul și credibilitatea adversarilor. O insultă poate provoca o reacție neașteptată din partea contracandidatului care se poate dovedi să fie de folos celuilalt candidat și poate crește reputația celui care a lansat-o. [4, p. 124] Defăimarea poate lua forma injuriei, insultei sau calomniei, iar în cazul comunicării politice din timpul campaniei electorale, observăm că pare a fi „o înțelegere mutuală sau o convenție care face parte din jocul campaniei electorale, marcată de spectacularizare și semne netice” [1, p. 249].

Orice persoană care are intenția de a defăima prin atingerea reputației sau demnității unei persoane poate să aibă parte de un proces în instanță, dacă persoana lezată își va căuta dreptatea în instanță. Alina Thiemann definește calomnia drept „difuzarea de informații false despre o persoană, care, dacă ar fi adevărate, ar expune acea persoană fie unei cercetări penale, fie oprobriului publicului.” [7, p. 90]. Prin legea nr. 278 din anul 2006 insulta și calomnia au fost eliminate din Codul Penal, decizie care ulterior a fost contestată de Curtea Constituțională a României (CCR), cu motivul că decizia de abrogare este neconstituțională. În această situație, încadrarea juridică era incertă din cauza deciziilor contradictorii ale instanțelor. În anul 2010 Înalta Curte de Casație și Justiție (ICCJ) a decis că articolele abrogate nu pot fi repuse în vigoare fără o intervenție legislativă. În anul 2013, CCR a intenționat ca insulta și calomnia să fie încadrate sub incidență penală, ceea ce s-a și concretizat prin votul membrilor Camerei Deputaților. Totuși, decizia a generat reacții negative cu motivul că măsura îngreățește libertatea de exprimare. Astfel, insulta și calomnia au fost incluse în Codul Civil în 2014, deci faptele sunt cercetate din perspectivă civică [7, pp. 92-93]. Totodată, Articolul 1357 din Codul Civil stipulează că „orice persoană care cauzează altuia un prejudiciu printr-o faptă ilicită, săvârșită cu intenție sau din culpă, este obligată să îl repare. Răspunderea este angajată indiferent de gravitatea culpei, chiar și pentru cea mai ușoară culpă.”¹ În Codul Civil, apar articolele care sunt relevante și pot fi coroborate articolului 1357, în ceea ce privește calomnia și insulta într-o acțiune de judecată: art. 72 - Dreptul la demnitate; art. 75 - Încălcarea drepturilor patrimoniale; art. 253- Răspunderea pentru atingerea adusă dreptului la demnitate, onoare, viață privată. În Codul Civil, sunt protejate drepturile esențiale precum demnitatea, viața privată, onoarea și reputația și sunt asigurate o serie de articole pentru protejarea persoanei în fața atingerilor ilicite aduse imaginii și reputației sale.

Studiu de caz

Corpusul folosit în lucrarea de față include analiza de conținut în cazul a două debateri televizate pentru alegerile prezidențiale, de la Antena 3 CNN, în data de 27 octombrie 2024, și dezbateră din data de 1 aprilie 2025, în ambele debateri invitată fiind candidata Elena Lasconi². Astfel, vom identifica derapajele de la etică din arena politică televizată, mizele care vizează spectacolul și audiența prin defăimări, acuzații sau atacuri la persoană fără argumente clare, în detrimentul mizei adevărului sau informării corecte.

În prima dezbateră televizată de la Antena 3 CNN, care a avut loc la Palatul Parlamentului, moderatorul, Mihai Gâdea prezintă formatul american de punere în scenă a dezbaterii: „în această seară și din această seară vrem să vă oferim posibilitatea de a-i asculta și de a-i chestiona pe aceia care țintesc cea mai importantă funcție din stat”, „Ceea ce veți vedea, începând din această seară, este un format internațional, un format pe care, probabil, cei care urmăriți CNN l-ați văzut chiar săptămâna trecută, când vicepreședintele Kamala Harris a fost invitată la Town Hall. Este simplu și, în același timp, într-atât de complicat: dumneavoastră întrebați, iar cei care vor să

¹ Articolul 1357 din Codul Civil <https://lege5.ro/gratuit/gezdmnrzge/art-1357-conditiile-raspunderii-codul-civil?dp=gqytsobqha2ta#:~:text=1.357.,este%20obligat%20s%C4%83%20%C3%AEI%20repare.>

² <https://youtu.be/6LN8pvda8ds>, <https://www.youtube.com/live/E1Z4Z19G1Kc?si=cvTDVwj72YUgzGtP>

ajungă președinte vor răspunde.”, însă nu aflăm cum a fost selectat publicul din sală, care sunt criteriile obiective de selecție pentru cei care vor adresa întrebări. Un semn de imparțialitate este dat de alegerea jurnaliștilor care au adresat întrebări candidatei, toți fiind jurnaliști ai televiziunii Antena 3. În același timp, moderatorul informează publicul că a consultat un sondaj de opinie, fără să menționeze sursa sondajului: *„Astăzi am consultat un sondaj de opinie și am descoperit că 38% dintre cei care spun că vor veni la vot încă sunt nehotărâți. 38% dintre cei care spun că vor veni la vot încă nu au luat o decizie”*.

În debutul dezbaterii, candidata face referiri la viața de familie (mamă, fiică, frate, nepoți), atenția publicului fiind deturnată de la aspectele de interes public: *„Astăzi este și ziua mamei mele și vreau să-i spun La mulți ani!. Fratele meu nu poate să se uite pentru că, chiar, l-am sunat și l-am rugat să urmărească emisiunea.”*; *„Și am și șapte nepoți pe care nu i-am văzut pe toți fizic, decât pe Skype. La ora asta este ora 1:00 acolo, 1:00 dimineța, și el pleacă la serviciu la ora 4:00. Nu cred că o să ne urmărească decât în reluare.”*; *„Asta-i mama, dar ar fi super să fie prim-ministru, că e ca un general bun.”*

Discursul de atac al candidatei îl are ca referent pe Mircea Geoană, pe care-l acuză de complicitate cu Rusia, fără să aducă argumente cu care să-și susțină opinia: *„Ce interesant că mă întrebă domnul Geoană despre jucăria lui Putin. Este foarte interesant... aplauze...Poate că domnia sa s-ar duce, pentru că cunoaște drumurile către Moscova”*, *Gândiți-vă și la dumneavoastră, la recentul scandal cu domnul Mănescu și cu iarăși fi-liera rusă, cu vizita în Rusia, cu gafele pe care le face domnul Geoană”*; *„De asemenea, tocmai s-a întâlnit recent cu un individ pe care eu îl consider periculos.”* Alte acuzații, sub semnul generalizării, fără nominalizeze, sunt aduse la adresa justiției din România: *„Eu cred că există magistrați corecți și magistrați care poate sunt ușor influențați sau mai țin la sertar anumite dosare sau urmează un calendar electoral.”* Candidata face acuzații grave despre corupția din companiile de stat din România, sub același semn al generalizării tipic limbii de lemn, fără dovezi concrete: *„Companiile de stat care sunt găuri negre pentru economia României sunt lăsate să trăiască, fiind guri negre ale economiei tocmai pentru că acolo, în consiliile de administrație, prietenii celor care se află la butoane în politică sunt plătiți cu mii de euro pe lună pentru că s-au cocoțat pe o funcție în consiliile de administrație”*. Afirmatia conform căreia *„cuplurile de același sex care nu sunt recunoscute de lege prin parteneriat civil pot să înfieze copii în România, legal. Pentru că nimeni, atunci când se cercetează, când vine asistența socială să cerceteze [...] poți să faci asta, pentru că nu te întrebă asistență socială dacă ești sau nu. [...] Dacă vrei să fentezi legea, se poate, legal”* nu are un argument real pentru că legea permite adopția de către persoane singure, indiferent de orientarea sexuală, dar nu permite adopția în cuplu decât dacă sunt căsătoriți (soț și soție). Autoritățile fac verificări detaliate — sociale, psihologice și medicale — deci nu se poate „fenta” legea în acest sens, așa cum afirmă candidata fără a trimite la un caz concret cu care să-și susțină acuzațiile.

În a doua dezbateră televizată, același moderator anunță caracterul spectaculos al întâlnirii cu candidata Elena Lasconi: *„Doamnelor și domnilor, regulile sunt aceleași, modul în care se desfășoară această confruntare păstrează tot ceea ce ați văzut și aseară. Va fi extrem de spectaculos”*. Candidata generalizează, face acuzații grave și neargumen-

tate la adresa celorlalți candidați. Aceasta îi numește „*impostori*” și refuză să își susțină punctul de vedere anterior menținut: „*avem mai mulți impostori*”, „*Oamenii ăștia și s-au săturat de corupți, s-au săturat de hoți*”. Jurnalista Berta Popescu a revenit la afirmația Elenei Lasconi, în care și-a numit contracandidații „*impostori*”, în acest context jurnalista a cerut lămuriri și nume clare. Lasconi a adăugat ca îi numește în acest fel pe noii candidați de la alegerile din mai 2025, care au profitat de anularea alegerilor și s-au băgat în cursa prezidențială. Moderatorul i-a enumerat: Victor Ponta, Crin Antonescu și Nicușor Dan, apoi a întrebat-o dacă aceștia sunt impostorii la care se referă. Candidata doar a dat din cap, a zâmbit în colțul gurii și a spus „*Să hotărască românii*”. În continuare, candidata denigrează imaginea celorlalți contracandidați prin asociere cu diferite metafore, chiar din registrul animalier : „*Nu pot să mă supăr pe Ciolacu că are fața aia de ursuleț Cocolino*”, dar și cu insulte: „*Cum, mă, să îl susținem pe Antonescu, pe un puturos?*” După ce Lasconi a afirmat că „*politicienii români sunt varză*”, jurnalista Sabrina Preda i-a solicitat candidatei Lasconi să asimileze candidații cu un fel de mâncare sau un aliment. Astfel, Lasconi cade în capcana întinsă de jurnalistă și face asocieri deprecia-toare, minimalizând sarcastic ceilalți candidați „*Ăla, Banu Muscel nu știu, Nicușor Dan pătrunjel, Crin Antonescu nu există ca aliment, pentru că el nu există, e inexistent. Ponta e așa...și-se face gura pungă când îl vezi, lămâie. Și Simion, Simion să se ducă la fotbal.*” O altă imagine de parodie sau caricatură în limbaj se produce prin același tip de asociere cu contracandidații săi: „*Aș vrea să-i văd pe ăștia care candidează să stea pe tocuri. Pe Antonescu mi-ar plăcea mult să-l văd pe stiletto. Și pe Ponta*”.

Jurnalistul Adrian Ursu a întrebat-o pe candidata Lasconi despre calitățile pe care ea le are față de celălalt candidat USR, Nicușor Dan, și de ce ea merită să câștige. Răspunsul candidatei a fost: „*pentru că sunt dată naibii*”, „*Pentru ca eu nu o să fac declarații doar așa ca să nu deranjez PNL și PSD, pentru ca eu nu o să iau oameni la Cotroceni ai trecutului, așa cum sunt Antonescu și Iohannis, și, niciodată nu o sa am un consultant pro-rus.*” În aceeași manieră ca în cazul primei dezbateri, candidata aduce în discuție aspecte din viața privată, de data aceasta referitor la problemele medicale ale părinților săi. Această parte de discurs poate fi catalogată drept derapaj etic, pentru că atenția este deturnată de la temele de interes public în direcția problemelor personale: „*Tata este la terapie intensivă în aceste momente*”. „*Să știți că mama mea, are în momentul ăsta pus un holter la inimă, are probleme cu inima*”.

În data de 10 aprilie 2025, Elena Lasconi a pierdut susținerea liderilor USR, în favoarea lui Nicușor Dan. Deci, candidata Lasconi nu se aștepta, ca 9 zile mai târziu de la momentul afirmației din cadrul acestei dezbateri, să rămână fără sprijinul USR. Candidata folosește o presiune psihologică și îi numește „*fricoși*” pe susținătorii contracandidatului său, Nicușor Dan.

Moderatorul, Mihai Gâdea, și jurnalista Cătălina Porumbel au atras atenția asupra bretelelor din ținuta Elenei Lasconi, care erau de culoare roșie. Moderatorul a întrebat-o de ce poartă această culoare, asociind-o cu „*ciuma roșie*”. Identificăm actul de delegitimare simbolică prin asocierea cu metafora atribuită social-democraților, un derapaj etic din partea moderatorului, care ar trebui să fie neutru în dezbaterea jurnalistică.

Când jurnalistul Robert Chis i-a cerut să clarifice subiectul scrisorii adresate lui Donald Trump, de după anularea turului 1, și să spună dacă a primit un răspuns, Elena

Lasconi și-a cerut scuze pentru disconfortul creat în legătură cu subiectul, afirmând: „În câțiva ani o să vă spun eu. Nu o să fac lucrurile publice în campania asta”. Candidata la președinție a adoptat o atitudine de nevinovăție și o tonalitate foarte joasă. Moderatorul a întrebat-o ce a vrut să transmită cu acea scrisoare, iar Lăsconi a adăugat „Nu mai există scrisoarea, îmi cer scuze”. Identificăm, astfel, lipsa de transparență prin evitarea unui răspuns la întrebare sau refuzul de a clarifica subiectul adus în dezbatere.

Concluzii

Prin retorici emoționale, atacuri și defăimări, rolul fundamental al dezbaterii din timpul campaniei electorale, acela de a reprezenta un spațiu de deliberare publică și responsabilă, se transformă într-o arenă spectaculoasă. Prin lipsa echilibrului, diversității și a transparenței este încălcată deontologia jurnalistică. Lipsa surselor pentru date și a criteriilor de selecție a publicului slăbește încrederea publicului. Deși formatul se identifică cu o dezbatere care are public, întrebări și interacțiuni pe platou, există o regie atent controlată, intervențiile sunt gândite în scopul maximizării impactului mediatic, nu pentru informarea în interes public. În acest mod, dezbaterea se transformă în conținut media de divertisment, cu elemente de spectacol. Lipsa cadrului normativ aplicat de moderator și participanți cu privire la modul în care se desfășoară emisiunea slăbește veridicitatea. Glumele, metaforele ironice, apelativele colocviale, atacurile la persoană și diversele strategii discursive sunt folosite pentru a capta audiența. Prin gesturile de omisiune, adică neclarificarea regulilor, tolerarea derapajelor în discurs, moderatorul nu asigură imparțialitatea specifică dezbaterii electorale. În favoarea ratingului, emoția ia locul argumentului, iar scandalurile devin norme de comunicare electorală.

Referințe bibliografice:

1. Bafană Tociu, M. *Etică și derapaje în comunicarea publică*. București: Tritonic, 2020.
2. Bourdieu, P. *Despre televiziune*. București: Editura ART, 2007.
3. Charaudeau, P.; Ghiglione, R. *Talk Show, Despre libertatea cuvântului ca mit*. Iași: Polirom, 2005.
4. Collet, P. *Cartea gesturilor*, București: Editura Trei, 2003.
5. Middleton, K., Trager, R., Chamberlin, B. F. *Legislația comunicării publice*, 2002.
6. Popper, K. R. *Societatea deschisă și dușmanii* (Vol.I). București: Ed. Humanitas, 2005.
7. Thiemann, A. Libertatea de exprimare și de informare. Limitele libertății. În: *Deontologia comunicării publice. Nicoleta Raluca Radu (coord.)*. Iași: Polirom, 2015.
8. Zeca-Buzura, D. *Jurnalismul de televiziune*. Iași: Polirom, 2005.