

## **Cadrajele mediatică și dezbateră prezidențială. Studiu de caz**

### **[Framing the Presidential Debate. Case Study]**

Monica PĂTRUȚ

**Abstract:** *The final debate represents the most broadcasted event of the electoral campaign for the presidential title. Considered risky by the candidates, awaited by the citizens, the final debate succeeds to inform and entertain in the same time. With both their assets and clumsiness, the candidates are faced with each other in order to introduce themselves to the electors and to ask for their votes. In this article I have introduced a short presentation of the presidential debates from the post-Decembrist Romania, followed by an analysis of the 2014 debate, where I have included the first round of the debate hosted by Realitatea TV, and the second one, broadcasted by BI TV. I have used as a basis the framing theory, and as research method, the content analysis. From la Semetko & Valkenburg (2000) I have taken the classical grid of analysis of the five frames (the attribution of responsibility, the human interest, the conflict, the morality, and the economical ones), and I have watched the prevailing framings within the presidential debate broadcasted by the two televisions. I have also made an analysis on which are the most prominent themes approached by the two rival political actors during the debate. According to the previous research in this field, for both candidates the dominant frame was the conflictual one, followed by the moral-legal one, and by the attribution of responsibility. Surprising is only the economical-consequences frame representation, which lacked consistence. The themes which carried the highest weight in the presidential debate were those related to the weak organization of the elections for the Romanian citizens who voted abroad, the suspension of the amnesty and pardon law, the enforcement of the anti-corruption fight and the support of the authorised institutions, the institutional collaboration between the president and the prime-minister, Romania's relationships with the foreign partners, and future strategies for the economical-development of the country.*

**Keywords:** *presidential debate, Romania 2014, framing theory, thematic analysis.*

## **Dezbaterea- element constitativ al campaniei electorale**

După debutul realizat în urmă cu șase decenii în spațiul american, dezbaterea a devenit o parte componentă a campaniei electorale și un eveniment mediatic care înregistrează cifre record la capitolul audiență<sup>1</sup>. Cercetările realizate mai ales în spațiul american susțin cu argumente solide importanța dobândită de aceste dezbateri în interiorul procesului electoral pentru susținerea „democrației deliberative”<sup>2</sup>.

Contribuția dezbaterilor la bunul mers al alegerilor s-a materializat de-a lungul timpului în informarea electoratului asupra problemelor sau temelor susținute de candidați<sup>3</sup>, în captarea atenției cetățenilor mai puțin interesați de viața politică, în oferirea unui rezumat al celor mai arzătoare probleme ale campaniei, rezumat pe baza căruia alegătorii vor reuși mai bine să diferențieze contracandidații, în consolidarea demersului celor ce guvernează de a veni în fața celor guvernați pentru a le solicita acordul asupra politicilor publice ce urmează a fi implementate.

La întrebarea cât de mult și pentru cine contează dezbaterile electorale s-au dat mai multe răspunsuri. Chaffee<sup>4</sup> a descris patru situații în care alegătorii consideră utile dezbaterile electorale: când unul dintre candidați este mai puțin cunoscut opiniei publice, mulți alegători sunt indeciși, diferențele dintre rezultatele așteptate ale celor doi candidați sunt

nesemnificative și loialitatea alegătorilor față de partidele politice e foarte mică. Același autor insistă asupra faptului că efectele dezbaterii depind și de interesul manifestat de alegători față de evenimentele din campania electorală: efectele sunt mai mari asupra celor interesați și nehotărâți și mult mai mici asupra celor ce consideră fenomenul electoral ca unul marginal și lipsit de importanță. McKinney & Carlin<sup>5</sup> prezintă și situațiile în care alegătorii, deși au urmărit dezbaterile electorale, au considerat că nu au fost influențați de ele în luarea deciziei de vot deoarece acestea nu au oferit informații relevante pentru ei. Se acceptă deci că dezbaterile reușesc mai mult să consolideze intenția de vot a alegătorului, mult mai puțin să o modifice și să influențeze percepția asupra imaginii și caracterului candidaților.

În cercetarea asupra efectelor dezbaterilor electorale asupra alegătorilor este de referință clasificarea realizată de McKinney<sup>6</sup>, clasificare care include efectele cognitive, comportamentale, de evaluare a imaginii candidaților și efectele latente. Efectele cognitive indică faptul că alegătorii care urmăresc dezbaterile au mai multe cunoștințe despre problemele țării și soluțiile candidaților și reușesc, prin comparație, să analizeze ofertele politice ale candidaților și să-i poziționeze corect pe scena politică<sup>7</sup>. Efectele comportamentale fac trimitere la puținele modificări ale intenției de vot după urmărirea dezbaterilor. De obicei, aceste modificări

afectează segmentul alegătorilor indeciși sau al celor mai puțin siguri de validitatea deciziei de a vota un candidat sau altul. Deși din punct de vedere statistic acest segment este foarte mic, el are o importanță uriașă deoarece în foarte multe cazuri electoratul nehotărât a contribuit la desemnarea învingătorului<sup>8</sup>. Evaluarea imaginii candidatului de către alegători pare a fi cel mai des întâlnit efect. În emisiunile de televiziune exercițiile de imagine ale politicianilor sunt mai frecvente decât dezbaterile asupra problemelor politice<sup>9</sup>. Imaginea politicianului încorporează toate impresiile și evaluările cetățenilor despre activitatea și persoana sa și le influențează comportamentul de vot<sup>10</sup>. Efortul candidaților de face o bună impresie e motivat de faptul că mass-media are un rol important în construirea unei anumite imagini și stabilirea rezultatului final. Dezbaterile electorale e ocazia perfectă pentru a consolida o imagine de sine pozitivă și o imagine negativă a contracandidatului. Telespectatorul uită destul de repede argumentele raționale aduse de un politician, însă reține mai bine impresiile asupra ritmului dezbaterii (faze animate sau plictisitoare), tonul protagoniștilor (agresiv sau conciliant), punctele „marcate” asupra adversarului. Efectele latente ale dezbaterilor asupra alegătorilor trimit la creșterea încrederii acestora în procesul electoral și căutarea informațiilor suplimentare despre funcționarea instituțiilor democratice, creșterea ratei de participare la vot,

stimularea discuțiilor interpersonale pe teme politice și scăderea cinismului politic.

La finalul acestei scurte prezentări teoretice amintim și contribuția lui Ph. Braud care subliniază faptul că dezbaterile electorale a înlocuit violența fizică: „Dezbaterile de idei este importantă prin aceea că ia locul violenței fizice ca mod de confruntare între rivali. În democrație, se discută (cu prietenii), se negociază (cu partenerii), se polemizează cu adversarii; dar nu se întrebunțează coerciția pentru a învinge. Acolo unde cultura democratică este înrădăcinată de mult timp, transgresările acestui tabuu au devenit extrem de modeste”<sup>11</sup>.

### **Dezbateri prezidențiale în România postdecembristă**

Dezbaterile prezidențiale din țara noastră sunt legate de alegerile organizate după revoluția din decembrie 1989, revoluție care a dus la răsturnarea regimului comunist. Primele alegeri democratice au avut loc în mai 1990 și tot atunci am avut și prima dezbateri realizată între cei trei candidați la funcția de președinte al țării. Următoarele campanii electorale au fost însoțite de apariția televiziunilor comerciale, de noi forme de mediatizare a prestației politice a candidaților<sup>12</sup> și de începuturile americanizării comunicării electorale<sup>13</sup>. Singura excepție a fost reprezentată de anul electoral 2000 când președintele țării, Ion Iliescu, a

refuzat să participe la o dezbatere față în față cu contracandidatul său, Corneliu Vadim Tudor. Discursurile lor au fost transmise de televiziunea publică la ore de maximă audiență, dar în două zile diferite și au avut forma monologului politic.

Organizarea reușită a unei dezbateri prezidențiale face apel la un dispozitiv de mediatizare foarte complex care implică participanții, identitatea lor socială și instituțională, rolurile și regulile de comunicare, scenariul și punerea în scenă<sup>14</sup>. Însă, lăsând în plan secund faptul că o dezbatere e și un spectacol politic, un joc discursiv ritualic<sup>15</sup>, considerăm că

aceasta reușește și să direcționeze atenția alegătorilor către anumite probleme considerate ca fiind mai importante, fapt cunoscut în literatura de specialitate ca agenda-setting<sup>16</sup>. Am reactualizat<sup>17</sup> (tabelul 1) sinteza celor mai importante subiecte abordate de candidații care au ajuns în turul al II-lea al alegerilor prezidențiale din România din anii 1990, 1992, 1996<sup>18</sup>, 2004<sup>19</sup>, 2009<sup>20</sup> și 2014. Candidații și/sau moderatorii dezbaterilor finale au considerat aceste probleme ca fiind de maxim interes pentru alegători și reprezentative pentru evoluția societății românești.

Tabel 1. Dezbaterile finale (de tip față-n-față) organizate în România începând cu 1990

<b>Data dezbaterii</b>	<b>Candidații participanți la dezbaterea finală</b>	<b>Agenda electorală</b>
1990	Radu Câmpeanu (PNL), Ion Iliescu (FSN), Ion Rațiu (PNȚCD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- situația economică a țării și strategia pentru viitor</li> <li>- probleme din agricultură și industrie</li> <li>- susținerea inițiativei private</li> <li>- situația bugetului de stat - datoriile externe</li> <li>- evoluția secenei politice românești și campania electorală</li> <li>- responsabilitatea comuniștilor pentru dezastrul țării</li> <li>- acuzații aduse candidaților</li> <li>- formarea unui guvern de coaliție</li> </ul>
1992	Emil Constantinescu (CDR), Ion Iliescu (FDSN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identitatea politică și alianțele electorale</li> <li>- consensul național și reconcilierea națională</li> <li>- responsabilitatea guvernării și contrurarea electoratului-țintă</li> <li>- criza economică, acordul cu FMI, pensii și subvenții</li> <li>- protecția socială și rolul sindicatelor</li> <li>- clauza națiunii celei mai favorizate în relațiile cu SUA</li> </ul>

Data dezbaterii	Candidații participanți la dezbaterile finale	Agenda electorală
1996	Emil Constantinescu (CDR), Ion Iliescu (PDSR)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poziții față de relația cu Occidentul, tratatul cu URSS, puciul de la Moscova, lobby-ul românesc în stăinătate</li> <li>- corectitudinea alegerilor, corupția, mineriadele din '90 și '91</li> <li>- corupția, adevărul despre revoluția din '89 și mineriade</li> <li>- monarhia și schimbarea formei de guvernământ</li> <li>- autonomia teritorială pe criterii etnice</li> <li>- restructurarea economiei, agricultura și subvențiile</li> <li>- casele naționalizate, restitutie in integrum, învățământ, sănătate</li> <li>- aderarea la NATO și UE, cooperarea regională, embargoul asupra Iugoslaviei</li> </ul>
2000 2004	- Traian Băsescu (D.A), Adrian Năstase (PSD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>- fiscalitate și cota unică de impozitare</li> <li>- desfășurarea și fraudarea alegerilor, mita electorală</li> <li>- formarea guvernului și a majorității parlamentare</li> <li>- independența justiției și lupta împotriva corupției</li> <li>- îndeplinirea condițiilor pentru aderarea la UE</li> <li>- politica externă a țării : „axa Washington-Londra-București”</li> <li>- (ne)realizările guvernării PSD</li> <li>- funcționarea instituțiilor statului și atribuțiile președintelui</li> </ul>
2009	Traian Băsescu (PD-L), Mircea Geoană (PSD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- politica externă și securitatea națională a României</li> <li>- independența justiției și lupta împotriva corupției</li> <li>- funcționarea instituțiilor statului, atribuțiile președintelui</li> <li>- criza economică, acordul cu FMI, fiscalitate, politici economice și dezvoltare rurală</li> <li>- reforma statului, sistemului sanitar și de învățământ</li> <li>- protecția socială</li> <li>- mogulii media, rolul femeii în viața politică</li> </ul>

Data dezbaterii	Candidații participanți la dezbateri finală	Agenda electorală
2014	Klaus Iohannis (PNL), Victor Ponta (PSD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- votul românilor din diaspora, votul electronic sau prin corespondență</li> <li>- legea amnistiei și grațierii</li> <li>- lupta împotriva corupției și instituțiile reprezentative: Agenția Națională de Integritate și Direcția Națională Anticorupție</li> <li>- imunitatea parlamentară</li> <li>- relația României cu partenerii internaționali</li> <li>- exploatarea aurului de la Roșia Montana</li> <li>- apararea independenței justiției și a statului de drept</li> <li>- plagiatul premierului Victor Ponta</li> <li>- sustragerea candidatului Klaus Iohannis de la verdictul Înaltei Curți de Casație și Justiție în legătură cu posibila sa incompatibilitate</li> </ul>

Sperăm că în urma acestor *evenimente mediatice* (media events) alegătorii interesați au avut șansa de a se familiariza cu punctele de vedere ale candidaților, au putut observa, în defavoarea dezbaterii subiectelor de interes național, comportamentul acestora sub presiunea competiției electorale, conflictelor și controverselor dintre ei și au evaluat care e candidatul care le reprezintă în mod legitim interesele, problemele și punctele de vedere.

### Dezbateri prezidențiale din anul 2014

#### *Contextul situațional al dezbaterii*

Cel mai vizibil moment al campaniei electorale, dezbateri dintre cei doi candidați, a avut loc în două runde, după îndelungi negocieri între echipele de campanie ale Partidului

Social Democrat și ale Alianței Creștin-Liberale (formată din Partidul Național Liberal și Partidul Democrat Liberal). Victor Ponta, membru al Partidului Social Democrat, prim-ministru al țării îl înfrunta pe Klaus Iohannis, membru al Partidului Liberal, primar de succes în orașul Sibiu. Prima rundă a dezbaterii televizate la care au participat cei doi candidați a avut loc pe 11 noiembrie 2014 la postul *Realitatea Tv* și a fost moderată de jurnalistul Rareș Bogdan iar a doua rundă, la o zi distanță de prima, a fost difuzată de *B1 TV* și a fost moderată de Mădălina Pușcalău. Spre deosebire de prima confruntare televizată dintre cei doi finaliști, a doua a fost mai organizată, regulile jocului au fost bine explicate și, în mare măsură, respectate de participanți.

*Frame-ul (cadrul) – scurtă  
introducere*

Vom analiza în acest articol dezbaterile celor doi candidați ajunși în finala pentru câștigarea fotoliului de președinte al României folosind teoria cadrului mediatic. Consacrată de Erving Goffman în sociologie, noțiunea de cadru (*frame*) a fost preluată în studiile media ca o *schemă de interpretare*<sup>21</sup> a evenimentelor plasate de media într-o anumită perspectivă, după „o idee sau un fir narativ central, organizator care conferă sens”<sup>22</sup>. Pornind de la ipoteza lipsei de neutralitate a știrilor de televiziune, cadrul a fost definit ca fiind „...selecția și vizibilitatea anumitor aspecte ale unei realități, cu scopul de a propune o anumită definiție a problemei prezentate, o anumită interpretare cauzală, o evaluare morală și/sau formularea unor recomandări legate de aspectele prezentate”<sup>23</sup>. Pentru Entman cadrul este un mecanism de influențare a opiniei publice prin mecanismul cognitiv denumit *fluxul influenței amplificate în cascadă* prin crearea unor legături mentale între diferite situații, imagini, persoane. În mod concret „cadrele atrag atenția asupra anumitor aspecte ale realității, menținându-le în obscuritate pe altele, ceea ce produce reacții diferite la nivelul audiențelor”<sup>24</sup>, aderarea acestora la anumite interpretări, evaluări și soluții.

O altă contribuție teoretică importantă aparține lui T. Gitlin care definește cadrele drept „patternuri de cogniție, interpretare și prezentare, de selecție, accentuare și excludere a

unor teme”<sup>25</sup>. Cadrul reprezintă în acest caz un mod de a structura elementele componente ale unui discurs mediatic, o anumită *schemă de asamblare a informației*, a succesiunii faptelor, tipologiei personajelor implicate care va determina telespectatorul să proceseze informația mediatică într-un fel anume. Prin intermediul cadrelor, jurnalistul fixează atributele situației și modul de interpretare a ceea ce ne prezintă.

Numeroasele analize de tip frames analysis au consacrat mai multe tipuri de cadre de interpretare aplicate discursului mediatic. Prin prisma atribuirii responsabilității pentru problemele publice existente, Iyengar și Kinder<sup>26</sup> propun distincția dintre *cadrajele episodice* și cele *tematice*: „cadrul episodic aduce în prim-plan evenimente concrete care ilustrează anumite subiecte, în timp ce cadrul tematic prezintă dovezi individuale sau colective”. De Vreese<sup>27</sup> recurge la diferențierea dintre *cadrele emergente* create în contextul unor teme sau evenimente specifice și *cadrele predefinite* specifice unui câmp profesional. N. Prepelea<sup>28</sup> propune clasificarea cadrelor în *cadre media universale* și *cadre media locale* și arată cum puterea de a defini un cadru devine putere politică. De la Karin Pühringer, Urs Dahinden, Patrick Rademacher<sup>29</sup> aflăm că, indiferent de temele pe care le problematizează, frame-urile de bază sunt: *frame-ul conflictual* ce prezintă opoziția dintre diferite interese particularizante existente în orice societate, *frame-ul economic* ce prezintă tema din perspectivă economică, cel al *progresului* ce prezintă temele în

contextul pozitiv al progresului științific și tehnologic, *frame-ul de ordin etic, moral, juridic* și cel *al personalizării* ce prezintă orice temă din perspectiva celor direct afectați de aceasta. Prezente în toate etapele comunicării de masă, *frame-urile* structurează informația și ajută la procesele de selecție și de prezentare a informațiilor, fiind puncte de vedere selective asupra unor teme sau evenimente.

*Dezbaterea finală : Victor Ponta vs. Klaus Iohannis*

Pentru a analiza dezbaterea celor doi candidați vom folosi tipologia *frame-urilor* propusă de Semetko & Valkenburg<sup>30</sup>. Acestea folosesc în analiza lor cinci *frame-uri* devenite foarte cunoscute:

- cadrul *atribuirea responsabilității* unor actori politici colectivi sau individuali pentru (ne)rezolvarea unor probleme social-politice;
- cadrul *interesul uman* atunci când prezentarea unui eveniment sau unei probleme sociale ia „față umană” sau capătă accente emoționale;
- cadrul *conflictului* când se insistă asupra diverselor conflicte existente între grupuri, indivizi, organizații politice;
- cadrul *moralității* atunci când rezolvarea unei probleme publice e

plasată într-un context moral, și/sau religios. În cercetarea noastră, ținând cont de specificul dezbaterii prezidențiale, vom adăuga acestui cadru și dimensiunea legislativă ;

- cadrul *economic* care trimite la consecințele economice resimțite de indivizi, grupuri sau țări după rezolvarea unei probleme majore.

Întrebările de cercetare care au ghidat studiul nostru sunt următoarele :

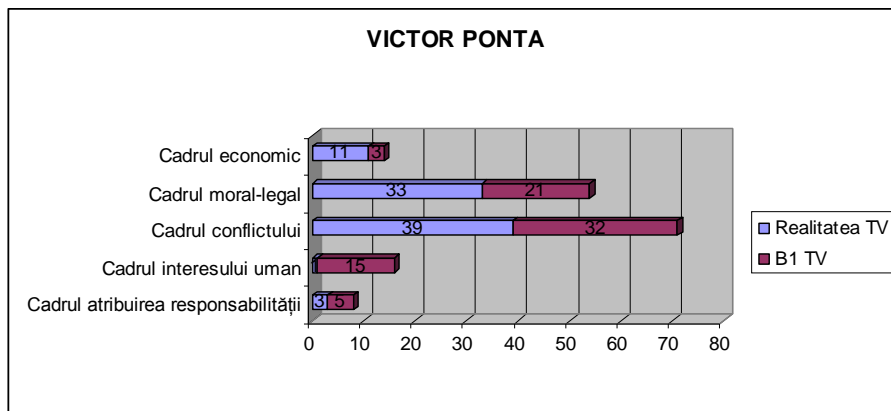
I1 - Care au fost *cadrajele* dominante în dezbaterea prezidențială din anul 2014 ?

I2 - Care sunt cele mai proeminente teme abordate de cei doi actori politici rivali în timpul dezbaterii ?

Candidatul Victor Ponta a venit bine pregătit la prima întâlnire televizată, a dominat verbal aproape întreaga întâlnire și a întrerupt foarte des discursul contra-candidatului său. Răspunsul oferit primei întrebări a cercetării noastre arată că abordarea difereritelor subiecte prin intermediul *cadrajului* conflictului (vezi figura nr. 1) nu e o surpriză în contextul electoral. Și in alt studiu<sup>31</sup> am arătat că actorii politici aflați în campanie electorală încercă să ocupe un loc cât mai înalt pe scala preferabilității alegătorilor prin atacul susținut al adversarului și interpretarea tuturor politicilor publice prin filtrul conflictului.



Fig. 1. Cadrajele dominante în discursul candidatului Victor Ponta



Cele 71 cadraje conflictuale din discursul lui Victor Ponta au făcut referire la necunoașterea situației românilor stabiliți în afara țării de către Klaus Iohannis, la atitudinea arogantă și lipsită de respect a acestuia în timpul dezbaterii, la protejarea deputaților corupți din propriul partid (PNL), la necunoașterea situației pensionarilor români și negarea rolului avut în nefastele evenimente politice din anul 2012, la izbitoarea asemănare a contracandidatului cu Traian Băsescu, la necunoașterea detaliilor legate de votul electronic sau prin corespondență, posibilele nereguli în activitatea de primar al orașului Sibiu. Cadrajele moral-legale (54 în cele două runde ale dezbaterii) prezintă detaliile legate de elaborarea unei noi legi electorale, de respingerea legilor amnistiei și grațierii sau a celor legate de imunitatea parlamentară și lupta anticorupție. Tot în acest caz observăm și felul în care Victor Ponta se autolegitimează moral pentru a continua ca viitor

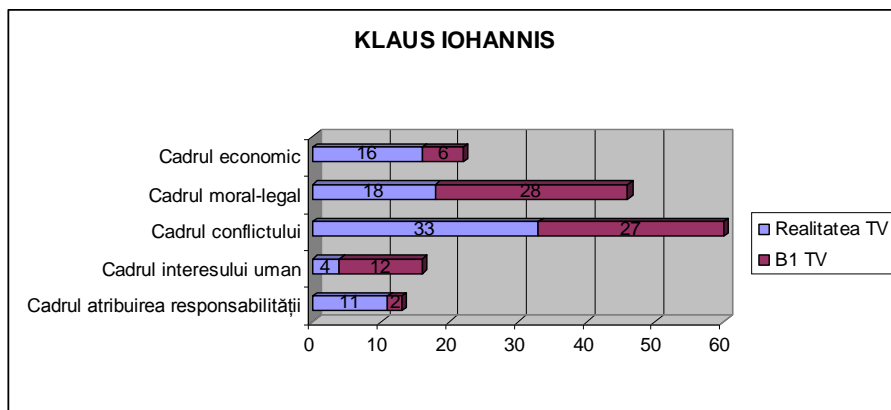
președinte al României prin prisma realizărilor anterioare și cum încearcă să contureze portretul unui contracandidat imoral din cauza implicării acestuia în activități ilicite sau imorale (trafic de copii, lovitură de stat din 2012, viitoarea micșorare a pensiilor, sfidarea profesorilor, jignirea Dacianeii Sârbu, soția lui Victor Ponta, demagog, vinovat de ruperea Uniunii Social-Liberale). Cadrajul interesului uman, folosit pentru a aduce un plus de emoție și dramatism, e prezent în discursul lui Victor Ponta (16 frame-uri în cele două runde) pentru a accentua atât propria mândrie de a fi cetățean român, de a fi realizat atât de multe pentru țară și cetățenii ei, cât și suferința pensionarilor și altor bugetari afectați de măsurile aberante ale regimului Băsescu ori a membrilor Partidului Social Democrat cu funcții de conducere la nivel local și național ce au fost acuzați pe nedrept de justiție.

Cadrajul atribuirea responsabilității (7 cadre în cele două runde)

funcționează după clasică tipologie a lui Iyengar și Kinder<sup>32</sup>: *cadrajele tematiche* ce plasează chestiunile și evenimentele politice într-un context mai general și *cadrajele episodice* ce aduc în prim-plan evenimente concrete pentru a ilustra anumite situații. Cadrajele tematice îi permit lui Victor Ponta sa-și decline responsabilitatea pentru slaba organizare a alegerilor în străinătate, lovitura de stat din 2012, susținerea parlamentarilor cu probleme penale ori promovarea unor legi controversate, atribuind-o unui actor colectiv, sistem sau context social (Biroul Electoral Central, Ministerul Afacerilor Externe, voința politică a majorității parlamentarilor USL, Consiliul Superior al Magistraturii, de exemplu). Cadrajele episodice îl avantajează în a explica (ne)rezolvarea complexelor probleme economice și politice ale țării prin existența „regimului Băsescu” cu reprezentanții săi (Vasile Blaga, Adrian Videanu, Cătălin Predoiu) plasați obligatoriu în contexte nefavorabile și a garanta viitoarea prosperitate a țării prin trimiteri la oamenii din echipa proprie plasați în contexte favorabile. Cadrul consecințelor economice (4 cadre în cele două runde) este cel mai slab reprezentat și nu e folosit de Victor Ponta pentru a explica telespectatorilor consecințele economice ale deciziilor politice, ci e mai mult o înșiruire de cifre și indicatori din diferite surse oficiale despre contextul economic al României.

Și în cazul discursului candidatului Klaus Iohannis, cadrulul conflictului are cea mai mare pondere (60 cadre în cele două runde așa cum arată figura nr. 2). În acest caz cadrele conflictuale au evidențiat acuzele aduse lui Victor Ponta pentru organizarea alegerilor din străinătate, încălcarea dreptului la vot și refuzul de a modifica legislația electorală, plagierea tezei de doctorat și tendința de a monopoliza puterea politică, minciuna și incompetența ce caracterizează comportamentul său ca prim-ministru, susținerea unor legi controversate, promovarea intereselor baronilor Partidului Social Democrat de a căror susținere se bucură. Candidatul Klaus Iohannis a rostit câteva replici acide la adresa contracandidatului, replici considerate de efect în timpul dezbaterii televizate: „Domnule Ponta, sunteți presedinte Partidului Social Democrat, eu Alianței Creștin-Liberale, hai să facem o treabă ca între bărbați ! Măine să convoacă Parlamentul, scoatem legea amnistiei și dăm liber la toate arestarile. Acceptați să convocăm parlamentul?”, „Oare domnul Băsescu i-a prostit pe romani cand v-a pus premier? Pe mine m-a refuzat, pe dumneavoastră v-a pus !” sau „Îmi voi cere scuze imediat după ce vă cereți scuze în numele echipei dumneavoastră că m-ați făcut vânzător de copii. Imediat ce vă cereți scuze ca m-ați făcut traficant de organe, că ați spus că nu sunt un bun român că sunt neamț, că sunt protestant, o să imi cer și eu scuze. Ați făcut cea mai mizerabilă campanie din România!”.

Fig. 2. Cadrajele dominante în discursul candidatului Klaus Iohannis



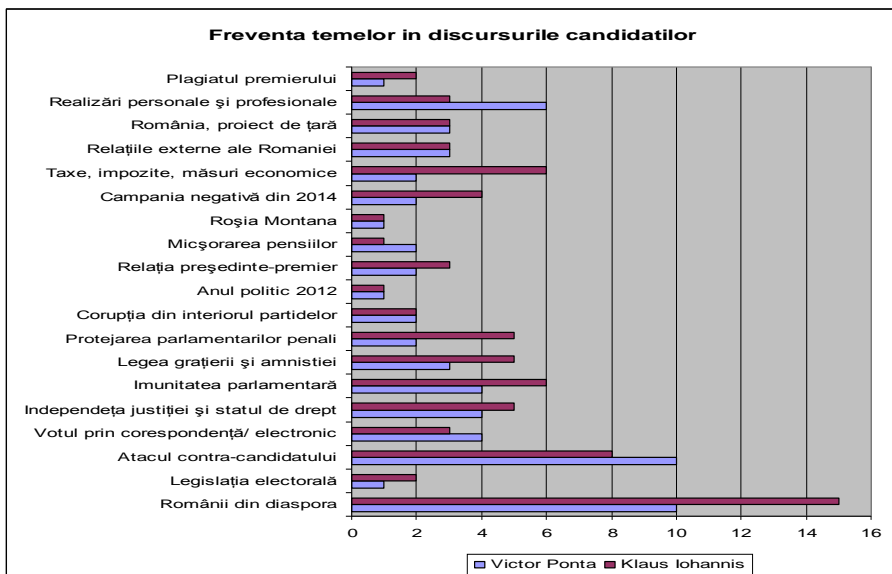
Cadrajel moral-legale (56 în cele două runde ale dezbaterii), la fel ca și în cazul discursului lui Victor Ponta, fac trimitere la acele legi ce ar trebui discutate, modificate sau abrogate și la lentoarea cu care se desfășoară acest proces, la instituirea unor relații corecte între parlamentari și cetățeni, președinte și prim-ministru, la garantarea independenței justiției și statului de drept. Klaus Iohannis consideră că reputația sa solidă de primar și politician îl ajută să impună un nou fel de a face politică, „cu mai puține vorbe, mai multe fapte, mai puțină gălăgie” astfel încât „orice om e respectat și i se respectă drepturile” și având ca rezultat final „România lucrului bine făcut, o Românie normală, pentru oameni normali”. Cadrajel economic (22 în cele două runde ale dezbaterii) fac referire la faptul că prosperitatea țării și cetățenilor e dependentă de implementarea rapidă a unor măsuri economice de factură liberală : reduceri de taxe și impozite, reducerea evaziunii

fiscale, reducerea deficitului bugetar, investiții, crearea de noi locuri de muncă, atragerea investitorilor, sprijinirea capitalului autohton. Tot prin filtrul economic sunt explicate ineficiența sau incompetența actualului guvern în consolidarea unei economii funcționale. Cadrajel interesului uman e prezent în discursul lui Klaus Iohannis (16 frame-uri în cele două runde) pentru a accentua două tipuri de interese : pe de o parte, interesul românilor ce au așteptat toată ziua și nu au putut vota în primul tur al alegerilor prezidențiale și care au nevoie de o soluție rapidă pentru a putea vota în al doilea tur, pe de altă parte, „interesul” tuturor parlamentarilor corupți ce au nevoie de protecție în fața legii, de blocarea justiției și mutilarea instituțiilor anti-corupție, de promulgarea legii amnistiei și grațierii. Prin folosirea cadrajului responsabilității (13 în cele două runde ale dezbaterii) ne(rezolva)rea) celor două „interese” e atribuită premierului în funcție. Cadra-

jele episodice folosite în acest sens sunt grăitoare: „Domnule Ponta, ați organizat alegerile în diaspora execrabibil!. Dumneavoastră ați suprimat dreptul la vot în diaspora”, „Domnule Ponta, ne tot spuneți multe lucruri, doar că rămân vorbe. Fapte așteaptă cei din diaspora! Dumneavoastră ce fapte ați făcut?”, „E inadmisibil să avem parlamentari care nu pot fi anchetați pentru că Partidul Social Democrat votează împotriva anchetării lor”, „România lui Victor Ponta așteaptă legea

amnistiei! Adrian Nastase, Liviu Dragnea, Viorel Hrebenciuc, Ecaterina Andronescu, Șerban Mihailescu, Miron Mitrea, Dan Nica, Dan Șova, Ioan Adam, Victor Mocanu, Adrian Duicu, Bunea Stancu, Nicușor Constantinescu – 38 de persoane în total. Vă las lista, dacă doriți !”. Pentru a oferi răspuns celei de-a doua întrebări a studiului nostru, după efectuarea analizei de conținut am întocmit graficul de mai jos (figura 3):

Fig. 3. Temele dominante în discursurile candidaților



Candidatul Victor Ponta s-a remarcat prin atenția mărită acordată prezentării realizărilor sale ca prim-ministru al țării, printr-un constant atac la adresa contra-candidatului, prin prezentarea viitoarelor și dezirabilelor măsuri ce vor fi imple-

mentate (introducerea votului prin corespondență, consolidarea relațiilor cu actualii parteneri internaționali ai țării, îmbunătățirea situației românilor din diaspora etc.). Candidatul Klaus Iohannis a atacat mai puțin, a insistat pe schimbările rapide și

viitoare ale legislației electorale care să garanteze că nu vor mai exista situații în care românii din diaspora nu vor putea vota, a prezentat măsurile economice ce pot contribui la creșterea prosperității țării și a atins și ale teme considerate sensibile pentru opinia publică (plagiatul premierului, Roșia Montana, protejarea parlamentarilor cu probleme penale).

## Concluzii

Cadrele mediatic instituie nu doar atributele, caracteristicile unei

situații sau întâmplări, ci și un mod de interpretare a ceea ce ni se prezintă<sup>33</sup>. Debaterea finală dintre cei doi candidați pentru funcția de președinte al României a inclus cele cinci cadrele mediatic clasice în literatura de specialitate. La fel ca și în alte studii efectuate asupra situațiilor electorale, cadrele dominante în discursurile candidaților au fost cele ale conflictului și moralității/legalității. A fost surprinzătoare doar prezența discretă a cadrajului consecințelor economice dintr-un eveniment mediatic major cum este dezbaterea prezidențială.

## Note

<sup>1</sup> Sidney Kraus, *Televised Presidential Debates and Public Policy*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, 2000, p. 197.

<sup>2</sup> Camelia Beciu, *Comunicare politică*, Comunicare.ro, București, 2002, p. 109.

<sup>3</sup> Arthur, H Miller and Michael MacKuen, "Learning About the Candidates: The 1976 Presidential Debates", în *The Public Opinion Quarterly*, 43 (3), 1979, p. 331.

<sup>4</sup> Steven, H. Chaffee, "Uses and Effects of the 1976 Debates: An Overview of Empirical Studies", în: *The Great Debates: Carter vs. Ford 1976*, Krauss Sidney (ed.), Indiana University Press, Bloomington, 1979, pp.223-261.

<sup>5</sup> Mitchell, S McKinney, Diana B Carlin, "Political Campaign Debate", în *Handbook of Political Communication Research*, Lynda Lee Kaid (eds), Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 2004, pp. 203-224.

<sup>6</sup> Mitchell, S McKinney, "Debates", în *Encyclopedia of Political Communication*, Lynda Lee Kaid, Christina Holtz-Bacha (eds), Sage Publications, 2008, p. 347.

<sup>7</sup> Al Ries, Jack Trout, *Poziționarea: Lupta pentru un loc în mintea ta*, Editura Curier Marketing, București, 2004, p. 267.

<sup>8</sup> Paul, Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*, Editura Comunicare.ro, București, 2004, pp. 82-91.

<sup>9</sup> Brian, McNair, *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iași, 2007, p. 61.

<sup>10</sup> Ulle, Toode, "Political Image-Building through Audiovisual Media : The Case of Estonian and Finish Tv News Interviews" în *Current Trends in International Public Relations*, Adela Rogojinaru, Sue Wolstenholme (eds.), Editura Tritonic, București, 2007, p. 303.

- <sup>11</sup> Philippe, Braud, *Grădina deliciilor democrației. Pentru o lectură psiho-afectivă a regimurilor pluraliste*, Editura Globus, București, 1996, p. 206.
- <sup>12</sup> Rosemarie, Haineș, *Televiziunea și reconfigurarea politicului. Studii de caz: Alegerile prezidențiale din România din anii 1996 și 2000*, Editura Polirom, Iași, 2002, p. 167.
- <sup>13</sup> Camelia, Beciu, *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, Iași, 2000, p. 105.
- <sup>14</sup> Patrick, Charaudeau, Rodolphe, Ghiglione, *Talk show-ul: despre libertatea cuvântului ca mit*, Editura Polirom, Iași, 2005, pp. 68-71.
- <sup>15</sup> Monica, Pătruț, Camelia, Cmeciu, „Dezbaterile electorale – un joc discursiv ritualic”, în *Sfera politicii*, 3 (145), 2010, pp. 57-63, [http://www.sferapoliticii.ro/sfera/145/art09-patrut\\_cmeciu.html](http://www.sferapoliticii.ro/sfera/145/art09-patrut_cmeciu.html) (accesat pe 23 iunie 2015).
- <sup>16</sup> Werner, J. Severin, James, W. Tankard, *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă. Originile, metodele și utilizarea lor în mass media*, Editura Polirom, Iași, 2004, p. 235.
- <sup>17</sup> Monica, Pătruț, Camelia, Cmeciu, „Forum Comments – a Means of Embedding the Effects of the TV Debate in the 2009 Presidential Campaign in Romania”, în *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2 (9), 2012, pp. 421-422, <http://www.hrmars.com/admin/pics/1155.pdf> (accesat pe 24 iunie 2015).
- <sup>18</sup> Cornel, Miclescu, *Cotroceni. Gară pentru doi. Politici electorale comparate în campaniile pentru alegerile prezidențiale de la televiziune, 1990-1992- 1996- 2000*, Editura Bic All, București, 2002, pp. 14-178.
- <sup>19</sup> Ana-Maria Popa, *Secretul președinților. Studii de caz pe dezbaterile prezidențiale finale din România și Statele Unite ale Americii în anul 2004*, Editura Lumen, Iași, 2005, pp. 112-190.
- <sup>20</sup> Nicoleta, Corbu, Mădălina, Boțan, *Telepreședinții. Radiografia unei campanii electorale*, Editura Comunicare.ro, București, 2011, pp. 81-109.
- <sup>21</sup> Erving, Goffman, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1974, p. 18.
- <sup>22</sup> William, A. Gamson, Andre Modigliani, „Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach”, în *American Journal of Sociology*, 95, 1989, p. 3.
- <sup>23</sup> Robert, M. Entman, “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”, în *Journal of Communication*, 43(4), 1993, p. 52.
- <sup>24</sup> Robert, M. Entman, „Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11”, în *Political Communication*, 20, 2003, pp. 417-418.
- <sup>25</sup> Todd, Gitlin, *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the Left*, University of California Press, Los Angeles, 2003, p. 7.
- <sup>26</sup> Shanto, Iyengar, Donald Kinder, *News That Matters: Television and American Opinion*, University of Chicago Press, Chicago, 1987, p. 14.
- <sup>27</sup> Class, H. De Vreese, „News framing: Theory and typology”, în *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), pp. 51-62.
- <sup>28</sup> Nicolae, Prepelea, *Imagini ale sociologiei contemporane. Idei, concepte, metodologie*, Editura Ars Docendi, Universitatea din București, 2007, pp. 123-124.
- <sup>29</sup> Karin, Pühringer, Urs Dahinden, Patrick Rademacher, Matthias Gerth,

- Gabriele Siegert, "Challenges to Political Campaigns in the Media: Commercialization, Framing, and Personalization", National Centre of Competence in Research (NCCR) Challenges to Democracy in the 21<sup>st</sup> Century, Institute of Mass Communication and Media Research (IPMZ), University of Zürich, 2008, p. 5, <http://www.nccrdemocracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/WP20.pdf> (accesat pe 27 iunie 2015).
- <sup>30</sup> Holli, A. Semetko, Patti M Valkenburg, „Framing European politics: A content analysis of press and television news”, în *Journal of Communication*, 50(2), 2000, pp. 93-109.
- <sup>31</sup> Camelia, Cmeciu, Monica Pătruț, „A Functional Approach to the 2009 Romanian Presidential Debates. Case Study: Crin Antonescu vs Traian Băsescu”, în *Journal of Media Research*, nr. 6, 2010, <http://cmedia.ubbcluj.ro/mediaresearch/wp-content/uploads/2010/02/04-cmeciu.pdf>, (accesat pe 29 iunie 2015).
- <sup>32</sup> Shanto, Iyengar, Donald, Kinder, *op. cit.*, p. 15.
- <sup>33</sup> Camelia, Beciu, *Sociologia comunicării și a spațiului public*, Editura Polirom, Iași, 2011, p. 138.
- ## Bibliografie
- Beciu, Camelia, *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, Iași, 2000.
- Beciu, Camelia, *Comunicare politică*, Comunicare.ro, București, 2002.
- Beciu, Camelia, *Sociologia comunicării și a spațiului public*, Editura Polirom, Iași, 2011.
- Brau, D., Philippe, *Grădina deliciilor democrației. Pentru o lectură psiho-afectivă a regimurilor pluraliste*, Editura Globus, București, 1996.
- Chaffee, Steven H, "Uses and Effects of the 1976 Debates: An Overview of Empirical Studies", în: *The Great Debates: Carter vs. Ford 1976*, Krauss Sidney (ed.), Indiana University Press, Bloomington, 1979.
- Charaudeau, Patrick, Ghiglione, Rodolphe, *Talk show-ul: despre libertatea cuvântului ca mit*, Editura Polirom, Iași, 2005
- Corbu, Nicoleta, Corbu, Boțan, Mădălina, *Telepreședinții. Radiografia unei campanii electorale*, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
- Entman, Robert M, „Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, 43(4), 1993
- Entman, Robert M, „Cascading Activation: Contesting the White House’s Frame After 9/11”, în *Political Communication*, 20, 2003.
- Gamson, William A, Modigliani, Andre, „Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach”, în *American Journal of Sociology*, 95, 1989.
- Gitlin, Todd *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the Left*, University of California Press, Los Angeles, 2003
- Goffman, Erving, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1974.
- Haineș, Rosemarie *Televiziunea și reconfigurarea politicului. Studii de caz: Alegerile prezidențiale din România din anii 1996 și 2000*, Editura Polirom, Iași, 2002.

- Iyengar, Shanto, Kinder, Donald, *News That Matters: Television and American Opinion*, University of Chicago Press, Chicago, 1987.
- Kraus, Sidney *Televised Presidential Debates and Public Policy*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, 2000.
- Lazarsfeld, Paul, Berelson, Bernard, Gaudet, Hazel, *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*, Editura Comunicare.ro, București, 2004
- McKinney, Mitchell S, Carlin, Diana B., "Political Campaign Debate" în *Handbook of Political Communication Research*, Lynda Lee Kaid (eds), Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 2004.
- McKinney, Mitchell S "Debates" în *Encyclopedia of Political Communication*, Lynda Lee Kaid, Christina Holtz-Bacha (eds), Sage Publications, 2008.
- McNair, Brian *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iași, 2007.
- Miclescu, Cornel, *Cotroceni. Gară pentru doi. Politici electorale comparate în campaniile pentru alegerile prezidențiale de la televiziune, 1990- 1992-1996- 2000*, Editura Bic All, București, 2002
- Miller, Arthur H, Mackuen, Michael, "Learning About the Candidates: The 1976 Presidential Debates", *The Public Opinion Quarterly*, 43 (3), 1979
- POPA, Ana-Maria Popa, *Secretul președinților. Studii de caz pe dezbaterile prezidențiale finale din România și Statele Unite ale Americii în anul 2004*, Editura Lumen, Iași, 2005.
- Prepelea, Nicolae, *Imagini ale sociologiei contemporane. Idei, concepte, metodologie*, Editura Ars Docendi, Universitatea din București, 2007.
- Ries, Al, Trout, Jack, *Poziționarea: Lupta pentru un loc în mintea ta*, Editura Curier Marketing, București, 2004.
- Semetko, Holli A., Valkenburg, Patti M., „Framing European politics: A content analysis of press and television news”, în *Journal of Communication*, 50(2), 2000.
- Severin, Werner J., Tankard, James W., *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă. Originile, metodele și utilizarea lor în mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- Toode, Ulle, „Political Image-Building through Audiovisual Media : The Case of Estonian and Finish Tv News Interviews” în *Current Trends in International Public Relations*, Adela Rogojinaru, Sue Wolstenholme (eds.), Editura Tritonic, București , 2007.
- De Vreese, Class H., „News framing: Theory and typology”, în *Information Design Journal + Document Design*, 13(1).

### Resurse electronice

- Cmeci, Camelia, Pătruț, Monica, „A Functional Approach to the 2009 Romanian Presidential Debates. Case Study: Crin Antonescu vs Traian Băsescu”, în *Journal of Media Research*, nr. 6, 2010, [http://cmedia.ubbcluj.ro/mediaresearch/wp-content/uploads/2010/02/04-cmeci\\_u.pdf](http://cmedia.ubbcluj.ro/mediaresearch/wp-content/uploads/2010/02/04-cmeci_u.pdf)
- Pătruț, Monica, Cmeci, Camelia „Dezbaterile electorale – un joc discursiv ritualic”, în *Sfera politicii*, 3 (145), 2010, [http://www.sferapoliticii.ro/sfera/145/art09-patrut\\_cmeci.html](http://www.sferapoliticii.ro/sfera/145/art09-patrut_cmeci.html)
- Pătruț, Monica, Cmeci, Camelia, “Forum Comments – a Means of Embedding the Effects of the TV Debate in the 2009 Presidential Campaign in Romania”, în *International Journal of Academic*



*Research in Business and Social Sciences*, 2 (9), 2012,  
<http://www.hrmars.com/admin/pics/1155.pdf>

Pühringer, Karin, Dahinden, Urs, Rademacher, Patrick, Gerth, Matthias, Siegert, Gabriele “Challenges to Political Campaigns in the Media: Commercialization, Framing, and Personalization”, National Centre of Competence in Research (NCCR) Challenges to Democracy in the 21<sup>st</sup> Century, Institute of Mass Communication and

Media Research (IPMZ), University of Zurich, 2008, <http://www.nccr-democracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/WP20.pdf>

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18527823-klaus-iohannis-las-orgoliile-mele-deoparte-vedem-ora-20-00-realitatea-intr-dezbatere-televizata-victor-ponta.htm>

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18538221-live-text-video-doua-dezbatere-klaus-iohannis-victor-ponta-b1.htm>  
(accesat pe 29 iunie 2015)