

Discursul electoral analizat dintr-o perspectivă funcționalistă

Pop, Alina

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pop, A. (2004). Discursul electoral analizat dintr-o perspectivă funcționalistă. *Annals of the University of Bucharest / Political science series*, 6, 79-94. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-382029>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

DISCURSUL ELECTORAL ANALIZAT DINTR-O PERSPECTIVĂ FUNCȚIONALISTĂ

ALINA POP*

*Motto: Dacă vrei ca oamenii să aibă
o părere bună despre tine, nu te lăuda singur.*

Blaise Pascal

Preambul

În viața cotidiană, îndemnul pascalian, conținut, de altfel, în destule proverbe populare, își păstrează cu siguranță valabilitatea. În general, tindem să nu dăm foarte mult credit persoanelor care practică „lauda de sine” și chiar să le suspectăm de narcisism sau megalomanie. Explicația rezidă în importanța acordată modestiei, ca valoare socială. Există însă o excepție notabilă: discursul politic, în general, cel electoral, în special, care se înscrie într-o logică diferită. Politicianul care urmărește să obțină acordul, simpatia și, în ultimă instanță, votul, va recurge aproape întotdeauna la valorizare (a sinelui sau a grupului pe care îl reprezintă). Excepțiile de la acest tip de comportament verbal se regăsesc mai degrabă la personajele din operele literare¹ decât la cele de pe scena politică.

În sens general, „discursul” este un mod de utilizare a semnelor unei limbi și a anumitor limbaje (limbaje specializate, vocabulare) pe baza căruia un actor social prezintă interlocutorilor săi o interpretare a unor fapte și produce efecte asupra interlocutorilor direcți. Un discurs este politic atunci când evaluările sale privesc situații de interes public. Un discurs politic este și electoral atunci când este generat de un eveniment convențional (campania electorală) și este construit pe baza unor convenții de interacțiune și comunicare specifice.²

Discursul electoral este dominat de o funcționalitate practică și stă sub semnul unui pragmatism nedisimulat, fiind un instrument prin care se urmărește cucerirea puterii de către grupul care îl pune în acțiune. Purtător al intereselor,

* Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”.

¹ Aluzie la piesa de teatru a lui Tudor Mușatescu, *Titanic vals*, în care personajul principal a emis celebra replică „Vă rog să nu mă votați!” în fața potențialilor alegători.

² CAMELIA BECIU, *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, Iași, 2000, pp. 42-43.

aspirațiilor, opțiunilor grupurilor de putere care îl pun în circulație și care reprezintă (în principiu și/sau în fapt) anumite segmente mai mici sau mai mari ale societății, discursul politic are o natură fundamental ideologică. Fizionomia discursului politic întrunește anumite caracteristici care îl separă de varietatea formelor discursivității.³ Discursul politic comportă, în primul rând, o ambiguitate intenționată, fiind unul dintre puținele discursuri căruia ambiguitatea îi mărește șansele să își atingă scopurile, să influențeze și să determine acțiunea de legitimare pentru cât mai mulți receptori. O altă trăsătură a discursului politic constă în caracterul disimulat al mesajului. În prezența discursului politic suntem siguri că ceea ce se spune nu coincide niciodată cu intențiile adevărate, cu ceea ce se face. Deși urmărește să seducă, discursul politic se sprijină într-o mare măsură pe argumente raționale prezentate, chiar dacă aceste argumente disimulează, în ultimă instanță, intenția sub care este construit.⁴ Tonalitatea imperativă, în relația cu publicul receptor, individualizează de asemenea discursul politic față de alte tipuri de discurs. Scopul emițătorului nu se rezumă doar la înțelegerea mesajului, ci are în vedere convingerea auditoriului și, mai mult, acțiunea celui care receptează discursul în vederea legitimării (de exemplu, votul). O ultimă caracteristică a discursului politic constă în substratul său explicit polemic (exponent al intereselor și aspirațiilor unui grup de putere, discursul politic intră în confruntare cu discursurile altor grupuri de putere care reprezintă interese divergente)⁵. Discursul, ca sumă a mesajelor transmise publicului-electorat, este un instrument de legitimare, perfectat în regimurile democratice, în condițiile în care el deține monopolul mijloacelor de influență și persuasiune, general acceptate în campania electorală. De vreme ce accesul la putere este garantat exclusiv prin mijloace pașnice, în regimurile democratice, competiția din orice campanie electorală se desfășoară pe tărâmul cuvintelor, discursul luând locul armelor.⁶

Care sunt modalitățile prin care candidații la președinție urmăresc, prin discurs, obținerea legitimității? Premisa centrală de la care am pornit demersul nostru reprezintă exact inversul preceptului lui Blaise Pascal, conținut în *motto*. Pe scurt, protagoniștii discursului electoral se angajează în acțiuni discursive de auto-valorizare, cu scopul de a obține credibilitate, simpatie și, în final, legitimitate din partea electoratului. Funcția de auto-valorizare este completată prin funcția opusă, cea de contestare a contracandidatului, într-o competiție pentru creșterea șanselor de a fi aleși.

³ Vezi CONSTANTIN SĂLĂVĂSTRU, *Discursul puterii*, Editura Institutul European, Iași, f.a., pp. 19-21.

⁴ GHEORGHE ILIE FĂRTE, „Comunicarea politică: aspecte generale și forme actuale”, în *Argumentum. Discurs ideologic și comunicare politică*, 3, 2004/2005, p. 110.

⁵ CONSTANTIN SĂLĂVĂSTRU, *op. cit.*

⁶ PHILIPPE BRAUD, *Grădina deliciilor democrației*, Editura Globus, București, f.a., pp. 211-214.

Prin termenul de auto-valorizare înțelegem următoarele aspecte care intervin în discursul candidatului la președinție: conturarea unei imagini de sine pozitive, transmiterea unor informații care îl pun într-o lumină favorabilă, influențarea electoratului în direcția acceptării propriei oferte. Funcția de contestare a contracandidatului se manifestă în sens invers: conturarea unei imagini negative pentru adversar, transmiterea unor informații care îl pun pe acesta într-o lumină nefavorabilă, influențarea electoratului, în sensul neacceptării ofertei propuse de contracandidat.

Studiul de față conține o analiză dintr-o perspectivă funcționalistă a discursurilor principalilor candidați (finaliștii) la alegerile prezidențiale desfășurate la finele anului 2004, în România. Am ales pentru analiză discursurile candidaților la președinție rostite într-un cadru instituționalizat, dezbateră televizată „Destinația Cotroceni”, găzduită și difuzată de postul public de televiziune în 8 decembrie 2004, începând cu orele 22, cu patru zile înaintea desfășurării celui de-al doilea tur de scrutin pentru alegerea președintelui. Într-o epocă a *telecrației*⁷, media joacă un rol important în campaniile electorale, tinzând să devină locul ideal unde acestea sunt derulate. Dintre toate mijloacele media, Televiziunea se impune cel mai mult în perioada alegerilor, studii empirice demonstrând creșterea audiențelor pe timpul transmiterii emisiunilor cu specific electoral sau a informațiilor de campanie.⁸ Dezbateră televizată între candidați, fie că e vorba de concurenți în alegerile locale, pentru parlament sau pentru președinție, a devenit parte instituționalizată a campaniilor electorale contemporane.⁹ Dezbaterile din campaniile electorale dau posibilitatea telespectatorilor (sau mai degrabă tele-electorilor) să-i urmărească pe candidați discutând pe aceleași subiecte. În același timp, dezbaterile electorale furnizează un nivel de contact cu candidații, neegalabil prin alte forme de transmitere a mesajelor politice, cum ar fi spoturile electorale sau buletinele informative, și atrag audiențe.¹⁰ Discursurile analizate s-au desfășurat, deci, în planul confruntării, date de dezbateră televizată transmisă în direct.

Cum procedează cel care urmărește prin discurs să-și asigure legitimitatea accesului la putere? O teorie funcționalistă a discursului politic oferă răspuns acestei întrebări. Teoria funcționalistă a discursului politic a fost avansată prima oară de cercetătorul american William Benoit, care, împreună cu colaboratorii săi, a surprins funcțiile pe care le poate îndeplini discursul electoral. Această teorie susține că cetățenii votează pentru candidații care apar preferabili în

⁷ Un inventar al argumentelor despre etichetarea ca „telecrație” a epocii în care trăim este de găsit la PATRICK CHARAUDEAU, RODOLPHE GHIGLIONE, *Talk show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit*, Editura Polirom, Iași, 2005, pp. 211-218.

⁸ SONIA CRISTINA STAN, *Manipularea prin presă*, Editura Humanitas, București, 2004, p. 111.

⁹ W. L. BENOIT, P. M. PIER, J. BLANEY *Campaign '96: A Functional Analysis of Acclaiming, Attacking and Defending*, Westport, Praeger Publishers, 1998, p. 171.

¹⁰ Emisiunea „Destinația Cotroceni”, din 8 decembrie 2004, a fost în topul valorilor de rating pe respectivul interval orar, reușind să „atragă” aproximativ 1 300 000 de telespectatori.

funcție de diversele criterii pe care alegătorii le consideră mai importante. Alegerile sunt în mod fundamental bazate pe comparație, pe opțiunea dintre un candidat sau altul. Ele nu sunt câștigate niciodată prin unanimitate, de vreme ce e nevoie doar de majoritatea voturilor cetățenilor pentru a obține mandatul. În aceste condiții, participantul în alegeri se va strădui să-și crească preferabilitatea în dauna preferabilității pentru adversar.

Candidații au trei opțiuni pentru a-și crește preferabilitatea în ochii celor care vor vota.¹¹ În primul rând, ei pot aclama. *Aclamațiile* sunt intervenții discursive prin care candidații se angajează în auto-valorizare. Această funcție se bazează pe următorul considerent: cu cât un candidat „dă mai bine”, șansele ca el să fie preferat și, în final, votat, cresc.

A doua opțiune și, respectiv, funcție pe care o pot exploata prin discursul lor este *atacul*. Prin intermediul acestui gen de intervenție discursivă, un candidat urmărește să reducă dezirabilitatea oponentului. Votul este o judecată comparativă, un atac de succes îl face pe oponent să apară „rău” sau indezirabil în ochii alegătorilor, conferindu-i în același timp inițiatorului atacului un avantaj net în preferabilitate. Sigur, succesul unui atac nu este garantat, un atac nereușit având efect de bumerang.

În urma unui atac, candidații se pot angaja în *apărare*. Funcția acestei intervenții discursive constă în refutarea acuzațiilor, cu scopul de a recupera preferabilitatea pierdută. Apărarea poate fi considerată o funcție secundară, întrucât ea poate conține în sine fie o aclamație, fie un atac (de exemplu, un atac inițial nereușit poate genera un alt atac, cu efect de bumerang pentru inițiatorul primului atac).

Aceste trei funcții pot interveni în două mari categorii de subiecte. Prima privește politicile, a doua, caracterul. Primul set se adresează alegătorilor care decid să-și acorde votul în funcție de politicile pe care le reprezintă sau propun candidații. Al doilea set de subiecte constă în apeluri către alegătorii care decid în funcție de caracterul persoanelor care urmăresc să obțină mandatul.

Obiective și ipoteze de cercetare

Discursurile candidaților participanți la dezbateră „Destinația Cotroceni”, din 8 decembrie 2004, difuzată de postul public de televiziune, vor fi analizate aici din perspectiva teoriei funcționaliste a discursului politic. Metoda analizei de conținut a mesajelor politice prezente în discursul electoral este cea care ne permite exploatarea optimă a materialului analizat, în acord cu obiectivele și ipotezele stabilite.

¹¹ W. L. BENOIT, P. M. PIER, L. M. BRAZEAL, J. P. McHALE, A. KLYUKOVSKI, D. AIME, *The Primary Decision: A Functional Analysis of Debates in Presidential Primaries*, Praeger Publishers, Greenwood, 2001, pp. 12-15.

În urma operațiilor care se bazează pe calculul frecvenței, ne-a interesat să vedem care dintre cele trei categorii de funcții ale discursului politic (aclamație, atac, apărare) a fost cel mai intens folosită în discursul fiecărui candidat. Un alt obiectiv a fost să urmărim care dintre cele două mari categorii de subiecte (*Politici* și *Character*) a fost mai bine reprezentată în discursul electoral al fiecărui candidat. Ipotezele pe care le-am construit cu referire la aceste obiective se bazează pe rezultatele unor cercetări similare din SUA, cu obiect de studiu mesajul electoral din campaniile prezidențiale americane.¹² Aclamațiile s-au dovedit a fi intervențiile cu cea mai mare incidență în dezbaterile, dar și în spoturile electorale ale candidaților pentru președinția SUA, de-a lungul timpului. Pe locul al doilea, în privința funcțiilor discursului electoral, au fost atacurile și de-abia pe ultimul loc, apărările. În privința celei de-a doua dimensiuni de analiză (Subiectul mesajelor), concluziile studiilor citate au arătat că subiectele care țin de politici, măsuri guvernamentale, tind să domine subiectele care țin de caracterul persoanelor aflate în competiție. În mod cert, nu dorim să evidențiem în nici un fel caracterul normativ al rezultatelor cercetărilor similare din Statele Unite și nu ne-am propus nici măcar să schițăm o comparație între rezultatele cercetărilor citate și cele ale demersului nostru.

Prin analogie cu rezultatele cercetărilor americane, am formulat următoarele ipoteze:

I.1. Ambii candidați participanți la dezbaterile electorale au consacrat mai multe intervenții aclamațiilor decât atacurilor.

I.2. Apărarea a fost funcția cel mai puțin utilizată în discursurile celor doi candidați.

I.3. Ambii candidați au avut intervenții mai frecvente în privința politicilor decât în privința caracterului.

Un al doilea set de obiective (și ipoteze corespunzătoare lor) a survenit din dorința de a compara discursurile celor doi finaliști. Ne-am întrebat inițial dacă vom găsi diferențe semnificative în privința utilizării celor trei funcții și în privința subiectelor abordate de aceștia în discurs. Variabila de inferență care determină departajarea este poziția de putere pe care o deținea partidul politic al cărui reprezentant este candidatul, în momentul desfășurării dezbaterii. Adrian Năstase era candidatul PSD, partidul care se afla la guvernare în momentul desfășurării dezbaterii din campania electorală. Traian Băsescu era candidatul reprezentant al unui partid din opoziție.

Prin ce poate să difere un discurs al opoziției față de unul din partea puterii? Observațiile privind mesajul electoral au conchis faptul că discursul opoziției este mai predispus spre critică decât discursul puterii. Cei care dețin deja puterea au, pe de o

¹² Vezi, de exemplu, *Ibidem*; W. L. BENOIT, W. T. WELLS, *Candidates in Conflict: Persuasive Attacks and Defense in the 1992 Presidential Debates*, Tuscaloosa, University of Alabama Press, 1996, pp. 16-84; W.L. BENOIT, J.R. BLANEY, P.M. PIER, *Campaign '96: A Functional Analysis of Acclaiming, Attacking and Defending*.

parte, avantajul de a etala prin argumente rezultatele recente ale administrației lor dar, pe de altă parte, dezavantajul de a fi criticați din partea opoziției cu privire la aceleași rezultate¹³. Bazându-ne pe aceste observații, am formulat următoarele ipoteze:

I.4. Adrian Năstase, în calitate de reprezentant al puterii, utilizează în discurs mai multe intervenții consacrate aclamațiilor decât Traian Băsescu.

I.5. Traian Băsescu, în calitate de reprezentant al opoziției, afectează o mai mare parte din intervențiile sale atacurilor decât Adrian Năstase.

Ținând cont de natura secundară a funcției de apărare (apărare prin aclamație, apărare prin atac) ne-a interesat să vedem dacă cei doi candidați aplică strategii de apărare diferite. A rezultat următoarea întrebare:

Q.1. Există o diferență în privința preferinței pentru o formă de apărare sau alta între discursul lui Adrian Năstase și cel al lui Traian Băsescu?

Tot din dorința comparării între discursurile candidaților, ne-am propus să urmărim dacă există diferențe în privința preferinței pentru o categorie de subiecte sau alta (*Politici, Character*), în funcție de poziția de putere revendicată de candidați. Fără să putem formula unele ipoteze în acest sens, demersul nostru a fost ghidat de următoarea întrebare:

Q.2. Există o diferență în privința subiectelor preferate de Adrian Năstase (în calitate de reprezentant al puterii) și Traian Băsescu (în calitate de reprezentant al opoziției)?

Precizări metodologice

Pentru testarea acestor ipoteze și aflarea răspunsurilor la întrebările de cercetare avansate, am folosit una dintre tehnicile analizei de conținut, analiza categorială. Grila de categorii a fost, inițial, stabilită în avans, pe baza lecturii lucrărilor de specialitate, mai ales din spațiul american.¹⁴ Ulterior, în urma operațiunii de codaj, am considerat necesară stabilirea unei noi categorii pe dimensiunea subiectului general în care se încadrează temele. Această nouă categorie, pe care am numit-o *Situație politică*, a rezultat din nevoia înregistrării acelor intervenții cu funcții clar identificabile (aclamație, atac sau apărare), dar al căror subiect nu poate fi încadrat nici categoriei *Politici*, nici categoriei *Character*, pe a doua dimensiune a cercetării. Construită în urma excluziunii, această nouă categorie reunește temele în care candidații se referă la evenimente curente, trecute sau viitoare care țin de viața politică, în sensul termenului englezesc *politics*. Două sub-clase au fost identificate aici, în funcție de obiectul

¹³ Ideea este prezentă la JACQUES GERSTLE, *Comunicarea politică*, Editura Institutul European, Iași, 2002, pp. 71-72.

¹⁴ Vezi W. L. BENOIT, P. M. PIER, L. M. BRAZEAL, J. P. McHALE, A. KLYUKOVSKI, D. AIME, *The Primary Decision: A Functional Analysis of Debates in Presidential Primaries*.

referent (evenimentul): *alegeri și relația cu alte partide* (pentru alcătuirea viitorului guvern.)

Analiza categorială a presupus parcurgerea a șapte pași:

1. Discursurile candidaților participanți la dezbateri a fost împărțit în unități tematice sau intervenții-teme. Tema este o afirmație despre un subiect, o intervenție care conține o idee coerentă.¹⁵ Ea poate fi conținută într-o propoziție, o frază sau chiar o înșiruire de fraze.

2. Funcția fiecărei teme a fost categorizată în acord cu anumite reguli. Aclamațiile sunt teme care îl înfățișează pe candidat într-o lumină favorabilă. Atacurile sunt teme care îl înfățișează pe contracandidat într-o lumină nefavorabilă. Apărările sunt teme care răspund la atacuri, respingându-le într-un fel sau altul.

3. Ținta fiecărui atac a fost identificată. Ținta poate fi contracandidatul, un membru al partidului concurent sau chiar partidul oponent.

4. Temele cu funcție defensivă au fost grupate în funcție de natura apărării. Prin acțiunea de apărare, candidații recurg fie la aclamație (de exemplu, resping argumentele atacului, aduc informații în plus, informații menite să fie în folosul lor), fie conțin tot un atac (apărare-atac: atacul inițial este respins prin prisma unui alt atac, menit să discrediteze adversarul, atacantul inițial).

5. Fiecare temă a fost clasificată în funcție de subiectul ei (*Politici; Caracter; Eveniment*) ținând cont de următoarele reguli: temele privind politicile se referă la acțiuni guvernamentale sau la probleme de rezolvat după obținerea mandatului. Temele care alcătuiesc categoria *Caracter* se referă la caracteristici, trăsături, abilități, valori, principii atribuite de candidați. Temele care alcătuiesc categoria *Eveniment* se referă la situații politice curente, trecute sau proiectate în viitor.

6. Temele din categoriile *Politici* și *Caracter* au fost distribuite în câte trei sub-clase, după cum urmează: categoria *Politici* conține *realizări anterioare, planuri de viitor, obiective generale*; categoria *Caracter* conține sub-clasele: *calități/trăsături personale, abilități/experiență în conducere, idealuri-principii-valori*. Temele din categoria *Situație politică* au fost grupate în două sub-clase: *alegeri și relația cu alte partide*.

7. Temele din categoria *Politici* au fost codate în final după domeniul specific la care se referă.

Pentru interpretarea rezultatelor am folosit ca regulă de enumerare frecvența temelor din fiecare categorie rezultată. Calculul frecvenței este măsura utilizată cel mai adesea în analiza de conținut. Ea se bazează pe considerentul că importanța unei unități de înregistrare crește o dată cu frecvența apariției ei, iar fiecare item înregistrat are aceeași valoare ca și ceilalți.¹⁶ Calculul frecvenței este cel care va permite în final comparația între categoriile rezultate. În scopul simplificării

¹⁵ BERELSON apud LAURENCE BARDIN, *L'analyse du contenu*, PUF, Paris, 1993, p. 136.

¹⁶ Vezi *Ibidem*, pp. 140-141.

înțelegerii, vom calcula frecvența ponderală (numărul itemilor din fiecare categorie / numărul tuturor intervențiilor înregistrate), redând valoarea procentuală.

Câteva observații se impun: departajarea între aclamații și atacuri pe dimensiunea *Subiect* se va face în funcție de sensul pe care îl ia fiecare intervenție-temă. Aclamația presupune o auto-prezentare pozitivă (despre politici sau caracter), atacul este, *per contrario*, o prezentare negativă a oponentului (politici sau caracter). Categoriile de subiecte își schimbă astfel valența, în funcție de faptul că sunt conținute într-o aclamație sau într-un atac. De pildă, o temă despre realizările anterioare, conținută într-o aclamație, are sens pozitiv. Dimpotrivă, ea are sens invers dacă funcția intervenției este cea de atac, vizând tocmai ne-realizările anterioare.

Pentru a ilustra maniera în care s-a realizat codajul, propunem următoarele extrase din discursurile candidaților:

Adrian Năstase: „Împreună cu viitorul guvern, al Uniunii Naționale PSD+PUR, am angajat să construim 100 de km, cel puțin 100 de km de autostradă pe an. [*Aclamație, Politici, Planuri de viitor, Infrastructură*]

Am început încă din acest an primii 100 de km, pe Autostrada Soarelui, cum se numește. Au fost deja inaugurați. [*Aclamație, Politici, Realizări anterioare, Infrastructură*]

Continuăm cu Autostrada Transilvania, care va lega din punct de vedere economic, din punct de vedere fizic, România de Europa Occidentală. [*Aclamație, Politici, Planuri de viitor, Infrastructură*]

Construcția de autostrăzi este vitală pentru România și, de aceea, angajamentul meu a fost foarte clar în această direcție. Este vorba și de beneficii economice, în plus, este vorba de locuri de muncă. Doar construcția la Autostrada Transilvania înseamnă 4500 de locuri de muncă, timp de 8 ani. Este vorba de efectele colaterale, este vorba de investițiile în domeniul materialelor de construcții, este vorba de construcții în perimetrul autostrăzii și, din acest motiv, eu consider că acesta este un proiect esențial pentru modernizarea României. Dacă dorim ca România să fie o țară modernă, să fie rapid conectată cu țările UE, să nu vorbim doar în general despre integrare europeană, atunci, acest proiect este esențial. [*Aclamație, Politici, Obiective generale, Infrastructură*]

Și sigur că în nici un caz, a repara de zeci de ori autostrada pe care a făcut-o Gheorghiu-Dej în anii '60 și care se exfoliază, așa cum s-a întâmplat cu proiectul, nereușit, din păcate, de reparare a ei, în perioada când domnul Băsescu era ministru, eu cred că aceasta nu este o soluție. [*Atac, (1a) Traian Băsescu, Politici, Realizări anterioare, Infrastructură*]

Traian Băsescu: „Aș vrea să facem o punere în realitate. Prin hotărârea de guvern 284 din 25 mai 1998, în timp ce eram ministru al transporturilor, s-a

aprobat construcția autostrăzii București-Constanța. Prin Ordonanța nr. 24/19 noiembrie 1999, s-a ratificat legea de finanțare a investiției ce se numește Autostrada București-Constanța. Este semnată și aceasta, ca și prima, tot de mine. În ceea ce privește programul de autostrăzi, în 28 ianuarie 1999, prin Ordonanța nr. 16, care este semnată de mine, se aprobă programul prioritar de autostrăzi în România, în care este menționată Autostrada București-Constanța, 201 km, pe care pe urmă am și finanțat-o, Autostrada Centura de Sud a Bucureștiului, pe format de autostradă, 57 de km, Autostrada Pitești-Vâlcea-Sibiu-Deva, 460 de km, coridorul 4 pan-european și în sfârșit, Autostrada București-Focșani-Albița. [*Apărare prin aclamație, Politici, Realizări anterioare, Infrastructură*]

Traian Băsescu: „Din punctul meu de vedere, cred că este greu să fiu încadrat în modelul altcuiva. Eu sunt Traian Băsescu, așa cum mă știe o națiune întreagă de vreo 12 ani. Nu pot fi băgat în canoanele imaginii altor politicieni [*Aclamație, Caracter, Experiență în conducere*] și nu mă deranjează votul niciunui român, dimpotrivă, îl cer astăzi și consider că este extrem de important ca un politician să aibă curaj să ceară votul poporului căruia vrea să-i fie președinte. [*Aclamație, Caracter, Calități personale*]

Nu am nici un fel de rețineră în a categorisi cetățenii, pentru mine nu sunt cetățeni ai Alianței, cetățeni ai PSD, cetățeni ai României Mari sau cetățeni maghiari sau țigani. Sunt cetățeni români, și, în calitate de președinte, voi fi președintele tuturor românilor. [*Aclamație, Caracter, Idealuri-principii-valori*]

Vă asigur că nu mă deranjează nici un vot de la PSD. Orice vot de la PSD în favoarea lui Traian Băsescu va fi un vot pentru democrație. Nu am rețineri, ce români îl votează pe Traian Băsescu. [*Aclamație, Caracter, Idealuri-principii-valori*]

Adrian Năstase: „L-ați menționat pe dânsul. Dar nu am nici un fel de probleme să răspund. Eu mă opun cu fermitate cotei unice de impozitare. Este vorba însă de o raportare între această propunere a Alianței, care pune pe același plan impozitarea pentru săraci și pentru bogați, în care în mod evident, nu ar câștiga decât aproximativ 1% dintre români, cei care au veniturile mai ridicate. [*Atac – Alianța D.A. – Politici, Planuri de viitor, Fiscalitate*]

Eu pun însă în paralel – și am avansat o soluție care este mult mai avantajoasă pentru cei care au venituri mai mici, și anume scăderea impozitului pentru cei cu venituri mici la nivelul de 10% în următorii ani. Deci este o scădere de la 1 ianuarie, deja, la 14%, iar în următorii ani, la 10%. În felul acesta, este evident că cei care au venituri mai mici vor plăti impozite mai mici. [*Aclamație, Politici, Planuri de viitor, Fiscalitate*]

Este și inechitabil, într-un fel, ca toți să plătească același impozit. Ar fi, și din punctul de vedere al perioadei de tranziție, al nemulțumirilor care există pentru venituri, o nedreptate, ca cei care au, spre exemplu, venituri de peste 40 de milioane, sau care ajung, unii dintre ei, la 200 de milioane, să spunem, venituri pe lună, practic, ar câștiga din aplicarea cotei unice

aproximativ 30 de milioane în plus pe lună. Ar fi nedrept și din acest punct de vedere, consider că soluția noastră social-democrată este o soluție, cel puțin în comparație cu varianta pe care am avansat-o acum, ca să vă răspund la întrebare, mult mai potrivită pentru situația din România. [*Aclamație, Politici, Obiective generale, Fiscalitate*]

Rezultate

Prima ipoteză avansată (I.1. Ambii candidați participanți la dezbateră electorală au consacrat mai multe intervenții aclamațiilor decât atacurilor) a fost confirmată în urma cercetării. Aclamația s-a dovedit a fi funcția cea mai frecvent utilizată atât în discursul lui Traian Băsescu (48.3% din totalul intervențiilor față de 28% cât reprezintă atacurile), cât și în discursul lui Adrian Năstase (54.4% din totalul intervențiilor, față de aproape 19%, cât reprezintă frecvența atacurilor).

A doua ipoteză formulată (I.2. Apărarea a fost funcția cel mai puțin utilizată în discursurile celor doi candidați) se verifică însă doar în parte, și anume, numai în privința discursului lui Traian Băsescu, unde frecvența intervențiilor defensive în general (apărare-aclamație + apărare-atac) este de 23.5%, mai mică decât cea a atacurilor (28%) și, bineînțeles, decât cea a aclamațiilor (48%).

Pentru discursul lui Adrian Năstase, ipoteza nu se confirmă însă. Frecvența intervențiilor defensive (26.5%) este mai mare decât frecvența atacurilor (19%), dar, bineînțeles, mai mică decât cea a aclamațiilor (54.4%). Acest rezultat, care indică o tendință defensivă a discursului lui Adrian Năstase, este explicabil dacă îl raportăm la frecvența utilizării atacurilor în discursul contracandidatului său, Traian Băsescu (28%).

Au fost temele repartizate categoriei *Politici* mai frecvent utilizate decât cele incluse în categoria *Character*? Rezultatele obținute confirmă, din nou, doar parțial, predicția noastră. Ipoteza a fost că ambii politicieni se referă în discursul lor mai mult la *Politici* decât la *Character*. Ipoteza s-a confirmat doar pentru discursul candidatului Adrian Năstase, subiectele din categoria *Politici* având o pondere de 47.4% din totalul intervențiilor codate, față de 32.2% cât reprezintă temele din categoria de subiecte *Character*.

La Traian Băsescu însă, temele sunt repartizate relativ echilibrat pe dimensiunea *Subiect*, cu o frecvență mai mare totuși a temelor din categoria *Character* (43.7% din totalul intervențiilor codate), față de cele din categoria *Politici* (41.1%).

Al doilea set de ipoteze a rezultat din dorința comparării între discursurile celor doi candidați participanți la dezbateră, unul reprezentant al puterii (Adrian Năstase), celălalt, al opoziției (Traian Băsescu). O primă

predicție a fost că funcția de aclamație a fost mai frecvent utilizată în discursul lui Adrian Năstase decât în cel al lui Traian Băsescu. Ea s-a confirmat. Într-adevăr, ponderea procentuală a aclamațiilor din discursul lui Adrian Năstase (54%) depășește cantitativ frecvența procentuală a aclamațiilor prezente în discursul lui Traian Băsescu.

A doua ipoteză a acestui set (I.5. Traian Băsescu, în calitate de reprezentant al opoziției, afectează o mai mare parte din intervențiile sale atacurilor decât Adrian Năstase.) a fost de asemenea confirmată. Frecvența procentuală a atacurilor pe care Traian Băsescu le-a lansat prin discursul său (28.1%) este semnificativ mai mare decât frecvența atacurilor în discursul lui Adrian Năstase (18.9%).

Pentru prima întrebare de cercetare avansată (Q.1. Există o diferență în privința preferinței pentru o formă de apărare sau alta între discursul lui Adrian Năstase și cel al lui Traian Băsescu?), rezultatele cercetării indică un răspuns negativ. Surprinzător, ambii candidați au dozat în părți egale cele două tipuri ale funcției defensive, folosind cu aceeași frecvență atât apărarea prin aclamație, cât și apărarea prin atac (11.7% pentru apărare-aclamație și tot atât pentru apărare-atac dintre intervențiile din discursul lui Traian Băsescu; 13.2% pentru apărare-aclamație și tot atât pentru apărare-atac dintre intervențiile din discursul lui Adrian Năstase).

La a doua întrebare de cercetare avansată (Q.2. Există o diferență în privința subiectelor preferate de reprezentantul puterii – Adrian Năstase – și reprezentantul opoziției – Traian Băsescu ?), rezultatele obținute ne îndreptățesc să dăm un răspuns afirmativ. Pot fi surprinse diferențe semnificative. Din totalul intervențiilor codate din discursul lui Adrian Năstase, 47.4% reprezintă aclamații, atacuri sau apărări în domeniul politicilor, în vreme ce același tip de teme are o incidență de doar 41.1% în discursul lui Traian Băsescu. Situația se inversează în schimb când comparăm intervențiile consacrate categoriei *Character*. Frecvența acestora este semnificativ mai mare în discursul lui Traian Băsescu (43.7%) decât în discursul lui Adrian Năstase (32.2%). În timpul desfășurării dezbaterii televizate, Adrian Năstase a făcut mai multe remarci despre politici, măsuri guvernamentale sau probleme de rezolvat de către administrație decât Traian Băsescu. Acesta din urmă a consacrat însă mai multe intervenții în care a discutat despre trăsături personale, abilități, idealuri, principii sau valori (elemente care alcătuiesc categoria de subiecte *Character*) decât Adrian Năstase.

Pentru o imagine mai clară asupra rezultatelor cercetării noastre, reproducem mai jos valorile absolute și procentuale înregistrate pentru fiecare categorie a grilei folosite, pe cele două dimensiuni de cercetare (funcție și subiect).

SUBIECT		FUNCȚIE		TRAIAN BĂSESCU						
				ACLAMAȚIE		ATAC		APĂRARE		
								ACLAMAȚIE	ATAC	
POLITICI 63	41.1%	REALIZ.	7	4.5%	14	9.1%	2	1.3%	4	2.6%
		PLAN VII	15	9.8%	–	–	3	1.9%	–	–
		OB. GEN.	18	11.7%	–	–	–	–	–	–
CARACTER 67	43.7%	TRĂS. PERS.	8	5.2%	15	9.8%	3	1.9%	7	4.5%
		EXP. LIDER	4	2.6%	2	1.3%	5	3.2%	1	0
		Id. princ. val	16	10.4%	3	1.9%	1	0%	2	1.3%
SIT. POL 23	15%	Alegeri	–	–	3	1.9%	3	1.9%	4	2.6%
		Rel. partide	6	3.9%	6	3.9%	1	0%	–	–
TOTAL			74	48.3%	43	28.1%	18	11.7%	18	11.7%
			153							

SUBIECT		FUNCȚIE		ADRIAN NĂSTASE						
				ACLAMAȚIE		ATAC		APĂRARE		
								ACLAMAȚIE	ATAC	
POLITICI 75	47.4%	REALIZ.	27	17%	6	3.7%	6	3.7%	4	2.5%
		PLAN VII	12	7.5%	3	1.8%	–	–	–	–
		OB. GEN.	17	10.7%	–	–	–	–	–	–
CARACTER 51	32.2%	TRĂS. PERS.	6	3.7%	8	5%	2	1.2%	10	6.3%
		EXP. LIDER	8	5%	1	0	–	–	1	0
		Id. princ. val	8	5%	3	1.8%	2	1.2%	2	1.2
SIT. POL 32	20.2%	Alegeri	4	2.5%	5	3.1%	4	2.5%	4	2.5%
		Rel. partide	4	2.5%	4	2.5%	7	4.5%	–	–
TOTAL			86	54.4%	30	18.9%	21	13.2%	21	13.2%
			158							

Deși nu am introdus-o între ipotezele de cercetare, categoria de subiecte *Situație politică* merită atenție, în condițiile în care frecvența intervențiilor acestei categorii are, la ambii candidați, valori semnificative, deși inferioare celor din categoria *Politici* sau *Caracter*. Traian Băsescu a emis aclamații, atacuri și apărări cu referire la situația politică în proporție de 15%, Adrian Năstase, în proporție de peste 20%. Două evenimente majore sunt referente ale acestei categorii: desfășurarea alegerilor și negocierea cu alte partide pentru formarea unei majorități parlamentare, în vederea constituirii noului guvern. Cele două evenimente sunt referente în cele mai multe întrebări adresate candidaților de către jurnaliștii prezenți la dezbateri. Cu privire la aceste două evenimente, candidații au adoptat poziții diametral opuse, și vom vedea în ce sens.

Cu privire la subiectul alegerilor, Traian Băsescu a lansat în principal atacuri la adresa contracandidatului său și a partidului din care acesta provine, pe motivul fraudării alegerilor în primul tur sau a practicilor nedemocratice din campania electorală a PSD (de exemplu, mita electorală). Tot pe același subiect Băsescu s-a apărât în fața acuzelor de a fi discreditat imaginea României în plan extern datorită contestării rezultatelor de la primul scrutin.

Pe subiectul alegerilor și a campaniei electorale, Adrian Năstase l-a atacat pe contracandidatul său și Alianța D.A. acuzându-l că a încercat să impună în România modelul ucrainean de contestare a alegerilor.¹⁷ În același timp, prin aclamații sau intervenții defensive, Adrian Năstase a susținut corectitudinea desfășurării alegerilor. Următoarele extrase din emisiune sunt relevante pentru pozițiile pe carer cei doi le-au avut cu privire la subiectul alegeri:

• Adrian Năstase: „Domnule Băsescu, după primul tur al alegerilor ați încercat să impuneți și în România modelul ucrainean. Nu este nevoie să vă spun cât de mult rău a făcut acest lucru în străinătate și, mai mult, chiar astăzi unii dintre prietenii dumneavoastră, susținătorii dumneavoastră, au trimis la Bruxelles în atenția politicianilor, a presei din Europa un material halucinant în care se afirmă că PSD va fraudă alegerile de duminică, folosind 65 de mii de autobuze.”

• Traian Băsescu: „(...) Dar, aș răspunde întrebării dumneavoastră cu privire la răul pe care l-am făcut. După părerea dumneavoastră și a unor comentatori, vreau să știți că n-am făcut nici un rău, vreau să știți că procesul electoral a fost profund viciat de fraude, în primul tur, și avem toate probele pentru acest lucru. Dar, am acceptat, așa cum am spus, deciziile instituțiilor legale ale statului. În plus, aș vrea să plecați de la premisa că problema nu este la cel care reclamă hoția, problema este la cel care o face. Problema nu este la cel care reclamă un lucru, ci este de netăgăduit că au fost multe fraude, inclusiv cele de la statistică. Problema este dacă instituțiile statului reacționează sau nu. Uitați-vă acum în SUA, în Ohio se renumără voturile, au reacționat instituțiile statului. Aduceți-vă aminte 2000 în Florida, tot în SUA, s-au renumărat voturile, instituțiile statului au reacționat. La noi, nu reacționează instituțiile statului, asta afectează imaginea statului român.”

• Adrian Năstase: „Sigur, dați-mi voie să precizez un anumit lucru. Spre deosebire de alte țări, spre deosebire de alți ani, toate partidele au avut posibilitatea să facă numărători paralele, au avut calculatoare în toate circumscripțiile județene și în Biroul Electoral Central. Și aceste procese verbale au fost semnate pentru 17 000 de secții, au fost semnate practic de toți reprezentanții partidelor, inclusiv de reprezentanții Alianței. Din acest punct de vedere, am cu mine exemplarele aici și nu am să vă plictisesc acum cu lucrurile astea. Mi se pare incorect ceea ce s-a întâmplat, mi se pare nedrept (...).”

Opiniile au fost divergente și în cazul discuției pe marginea negocierilor cu alte partide, pentru formarea unei majorități parlamentare necesare la alcătuirea guvernului. Adrian Năstase a încercat permanent să comunice (prin aclamații, dar mai ales prin apărări de tipul aclamației) certitudinea existenței unei majorități parlamentare, indiferent de președintele care va fi ales.

¹⁷ Bazat pe experiența foarte recentă la acel moment a „Revoluției portocalii” din statul vecin, unde contestarea alegerilor prin proteste de stradă a avut, în final, câștig de cauză.

Pozițiile afirmate de Băsescu cu privire la subiectul negocieri cu alte partide sunt ferm exprimate în sensul refuzului oricărei negocieri înaintea alegerii sale ca președinte. Tot pe același subiect, Traian Băsescu a inițiat atacuri pentru a contesta aranjamentele de culisă ale PSD cu obiectiv formarea guvernului, în scopul de a demonta aclamațiile lui Adrian Năstase despre certitudinea majorității parlamentare.

Lăsând la o parte intervențiile pe subiectul *Situație politică*, vom face unele comentarii despre sub-categoriile de subiecte preferate, în raport cu fiecare funcție în parte.

Aclamațiile lui Traian Băsescu au fost mai numeroase pe subiectul *Politici*, decât pe subiectul *Character*. Băsescu a preferat să vorbească cel mai mult despre obiectivele generale ale politicii sale și despre planurile concrete pentru viitor (intervențiile acestor sub-categorii sunt proiective, cu un caracter mai concret al intervențiilor din categoria planuri de viitor). De pildă, ca obiective generale, Băsescu a aclamat tratarea Republicii Moldova „ca trup din trupul țării noastre”, stimularea muncii prin introducerea cotei unice de impozitare, lupta împotriva corupției, întărirea administrației prezidențiale, respectarea condițiilor pentru aderarea la Uniunea Europeană, buna funcționare a instituțiilor statului, independența justiției. Planurile de viitor anunțate în discurs se referă la măsurile concrete pe care Băsescu le va susține în calitate de președinte ales. Între acestea, le amintim pe cele care au fost mai des invocate: cota unică de impozitare, relații externe prioritare pe „axa Washington-Londra-București”, consolidarea serviciilor de informanții, combaterea evaziunii fiscale, implicarea instituției prezidențiale în rezolvarea problemelor sociale. Intervențiile pe tema realizărilor anterioare sunt net inferioare în discursul lui Traian Băsescu față de cele din discursul lui Adrian Năstase, ceea ce îi conferă primului un caracter proiectiv, iar ultimului, un caracter retroactiv în discurs.

Pe subiectul *Character*, Băsescu a preferat să se refere în primul rând la idealurile, valorile și principiile la care aderă. Dintre idealuri, cel mai frecvent invocată este dorința de a fi „președintele tuturor românilor”. Valorile pe care le-a afirmat cel mai des prin discurs sunt democrația și respectul pentru popor. Credința în Dumnezeu, ca principiu religios, a fost de asemenea afirmată.

Aclamațiile lui Adrian Năstase se referă într-o proporție mai mare decât la Traian Băsescu la *Politici*. Dintre toate intervențiile codate pe cele două dimensiuni de analiză, aclamațiile despre realizările anterioare ocupă locul de frunte. Tema realizărilor intervine obsesiv în discursul lui Adrian Năstase, în condițiile în care nici una dintre întrebările dezbaterii nu a avut ca subiect realizările anterioare. Frecvența mare a temelor referitoare la realizările anterioare nu trebuie să surprindă însă. Strategia de bază care a funcționat în discursul lui Adrian Năstase și al PSD, pe durata întregii campanii electorale, s-a bazat pe evidențierea bunelor rezultate ale guvernării PSD și pe invocarea nevoii de continuitate. Dintre realizările Guvernului Năstase, cel mai des au fost

invocate: creșterea economică, reducerea sărăciei, intrarea în NATO, eliminarea vizelor și, bomba în materie de realizări, finalizarea negocierilor de aderarea a României la Uniunea Europeană („Iată, această veste extraordinară pentru români, astăzi s-au finalizat negocierile la nivel tehnic.” Este maniera în care cea mai recentă realizare a guvernării sale a fost comunicată). Mult mai reduse decât aclamațiile depre politici, aclamațiile despre caracter au fost dozate relativ echilibrat pe sub-clasele Trăsături personale, abilități de lider și Idealuri, principii sau valori.

Liniile principale de atac în discursul lui Traian Băsescu la adresa contracandidatului său (sau a partidului din care acesta provine) au fost realizările anterioare și trăsăturile personale. Politicile sociale (adresate pensionarilor și tinerilor în special) sunt cel mai des criticate de Băsescu. Efectele guvernării Năstase sunt puse pe seama favorizării clientelei politice, trăsătura cel mai frecvent invocată pentru a ataca PSD și guvernarea Năstase fiind corupția.

Năstase păstrează (ce-i drept, într-o proporție mult mai mică decât Traian Băsescu) aceleași linii de atac. Fie că e vorba despre un atac inițiat sau de o apărare prin atac, Năstase a criticat în repetate rânduri politicile guvernării de coaliție din anii 1997-2000, când Băsescu era ministru al transporturilor, în parte pentru a justifica unele neajunsuri ale guvernării sale, în parte pentru a-l discredita pe adversarul său.

Trăsăturile personale ale lui Traian Băsescu sunt însă cel mai frecvent criticate în discursul lui Adrian Năstase. Criticile apar fie sub forma atacului inițial, fie ca modalitate de apărare prin atac. Prin opoziție cu propria imagine, imaginea lui Traian Băsescu, așa cum rezultă ea din discursul lui Adrian Năstase, e conturată în jurul noțiunilor de „conflict” și „iresponsabilitate”, totul pentru a sugera inoportunitatea alegerii contracandidatului său în funcția de președinte al României.

Concluzii

Demersul nostru propune o variantă de analiză a discursului electoral, în cadrul instituționalizat al dezbaterii televizate. Principala concluzie care se desprinde este aceea că discursurile contracandidaților, înscrise evident pe o traiectorie conflictuală, uzează, în fond, aceleași strategii în scopul obținerii legitimității. Analiza ne-a permis să observăm că discursul din campania prezidențială are la bază atât determinisme sistemice (strategiile și proiectele politice ale partidului/alianței pe care îl/o reprezintă, realizările/eșecurile politice inerente procesului de exercitare a puterii), cât și determinisme din sfera trăsăturilor de personalitate ale candidaților. Prestația candidaților finaliști în cursa pentru președinte este, în fiecare moment al confruntării, rezultatul combinării, în diferite doze ale celor două tipuri de determinisme.

Cum una dintre țintele principale ale fiecăruia dintre candidați o reprezintă câștigarea unei cât mai mari părți din segmentul nehotărâți/indeciși, conflictul verbal promovat de fiecare dintre candidați are drept scop evidențierea punctelor slabe ale contracandidatului și, totodată, evidențierea propriilor puncte tari.

Suntem conștienți că imaginea de ansamblu a unui candidat se structurează, la nivelul percepției personale, la intersecția dintre comportamentul verbal și cel non-verbal. În explicarea factorilor care au făcut diferența dintre învingător și învins, mesajele transmise (limbajul verbal) au jucat un rol semnificativ, întrucât au permis alegătorilor să-și identifice așteptările legate de propria viață, în oferta făcută de cei doi politicieni.

Practic, pentru fiecare votant în parte, după ultima confruntare televizată s-a conturat o reprezentare a „Învingătorului” și „Învinsului” cu valoare personală. Pentru fiecare votant, semnificația învingătorului a îmbrăcat forma unei idei simple, dar clare, cu valoare strict personală: candidatul „X” e mai bun, îl voi vota. Aceste reprezentări s-au transformat, patru zile mai târziu, în voturile care au decis diferența la nivel național între învingător și învins.