

Iluzia necesară a (dez)informării

DOI : 10.46522/S.2021.02.06

Ion INDOLEAN PhD

Babeş-Bolyai University, Faculty of Theatre and Television
ion.indolean@ubbcluj.ro

Abstract: The Necessary Illusion of (Mis)Information

The launch of the miniseries “The Loudest Voice” (Tom McCarthy, Alex Metcalf) in the summer of 2019 draws the attention once again on the manipulative power of mass-media. The production presented by Showtime in 2019 and taken over by HBO stirred an important interest, due to the subject it presents, namely the way in which in the mid-90s the Republican Roger Ailes built and consolidated on the American media market the Fox News television channel, through a radical approach, very politically engaged and, as later proved, immoral and sexist, toxic. The miniseries was produced at the same time as Ailes was accused, in 2016, of sexual abuse and harassment by former employees of the station, and at the time of his death, a year later, in 2017.

These two controversial topics attract the interest of the current world establishment, which offered the Golden Globe to Russell Crowe for his role in “The Loudest Voice” and nominated Charlize Theron and Margot Robbie for the Oscars based on their performances in “Bombshell”, a film that also appeared in 2019 and dealt with the same subject, but from the perspective of the female colleagues harassed by Ailes.

Linking the ideas expressed by Noam Chomsky in the '80s and '90s and the way “The Loudest Voice” treats the illusion that the press often builds, I aim to follow the way the process of media manipulation is refined in time and becomes the main tool of the current political competition. It is extremely interesting the way in which, in just a few generations, the content of a debate no longer matters, but the performative act itself.

Key words: Roger Ailes; “The Loudest Voice”; Fox News; Noam Chomsky; Manipulation.

Când cercetătorul Jacob L. Nelson a început, în 2014, un studiu care încerca să determine dacă în Statele Unite, conservatorii și liberalii își iau știrile exclusiv de la organizații alinate ideologic sau dacă mai degrabă recurg la canale populare, neutre politic, a fost surprins să remarce că (aproape) nimeni nu i-a chestionat presupunerea că acest centrism – apolitic, obiectiv, fără o agendă ideologică – poate exista în mass-media. Mai mult, nimeni nu a sesizat o problemă în afirmația lui conform căreia trusturi-gigant pre-



cum MSNBC (liberal) și Fox News (conservator) erau comparabile – două părți opuse ideologice, dar fidele aceluiași tip de partizanat politic (Nelson 2019)

Trecerea câtorva ani poate nuanța însă poziții. În perioada 2017-2021, SUA a avut un președinte care

[...] și-a dus luptele alături de cei mai proeminenți comentatori ai Fox News, a recrutat foști angajați ai Fox pentru funcții de top din ramura executivă și a depins de Fox pentru a-și transmite mesajul către susținători; nu în ultimul rând, a căutat să fie validat de Fox pentru felul cum a condus țara

Nelson 2019

Putem presupune că Donald Trump a continuat să ceară confirmare la televizor, așa cum o făcuse și cât timp a fost gazda reality show-ului produs de NBC, *The Apprentice* (Poniewozik 2020), care i-a oferit destulă faimă – imaginea de afacerist genial – încât să o monetizeze în cariera politică fulminantă: „Emisiunea i-a resuscitat temporar norocul în afaceri, prin crearea iluziei că se descurca minunat” (Poniewozik 2020)

Având în vedere aceste circumstanțe, ipoteza preliminară de la care trebuie să plecăm este că MSNBC, CNN, Fox și alți mari jucători de pe piața media nu mai pot fi considerați doar emițătorii unor informații despre realitatea cotidiană, ci și-au adăugat, cu sau fără voia lor, statutul de canale propagandistice.

Această realitate nu este totuși nouă, ea nu aparține doar ultimilor ani, dar putem spune că angajamentul ideologic al canalelor media a sporit considerabil și că asta a dus la polarizarea suplimentară a populației de rând. David Brock și Ari Rabin-Havt sunt de părere că o vină importantă pentru această escaladare a luptei ideologice purtată de televiziuni o are apariția Fox News, în 1996, și discută despre „efectul Fox” (Brock și Rabin-Havt 2012). Posibil să fie adevărată această judecată, dar în același timp se poate nuanța suplimentar: apariția Fox News nu a creat fenomenul și poate că nici nu l-a intensificat atât de mult – fiindcă era oricum deja consolidat în societatea americană – ci l-a scos la lumină.

Dând voce populației republicane – sceptici, naționaliști, conservatori, non-elitiști etc. – Fox a reușit să scoată la lumină teme și preocupări pe care celelalte canale media nu le abordau. Mai mult, a arătat că nu doar anumite subiecte sunt urmărite, vândute, interesante, ceea ce a scos la iveală faptul că și televiziunile așa-zis liberale au, de fapt, *parti pris*-uri și interese, că și acestea aleg să prezinte un subiect doar din anumite perspective. Diferența între Fox și concurență e dată nu de partizanatul ideologic, ci de nuanțele fine cu care fiecare tabără operează propria versiune a adevărului și – probabil – de structura ierarhică și felul cum trusturile adversare înțeleg să se auto-guverneze:

Așa cum explică Feldman, «În timp ce MSNBC este cu siguranță partizan, traficiând indignarea și opinia, reportajele sale – chiar și în emisiunile difuzate în *prime time* – au o relație mult mai clară cu faptele decât reportajele de pe Fox». Profesorul Universității Princeton, Andy Guess, repetă acest punct de vedere: «Nu există nicio în-



doială că prezentatorii Fox News sunt tot mai confortabili traficând teorii ale conspirației și făcând apeluri la nativism, ceea ce reprezintă o diferență majoră față de omologii lor liberali».

Nelson 2019

Voi dezvolta suplimentar aceste direcții puțin mai târziu, pentru că în acest moment este necesar să stabilesc un cadru teoretic general al discuției, cadru propus de analistul și politologul Noam Chomsky la finalul anilor '80, când publica două volume care clarifică rolul trusturilor de presă. Ideile lui erau revoluționare în acel moment, fiindcă subliniau ce probabil simțeau majoritatea, dar nimeni nu îndrăznește să spună.

1. Modelul propagandei

Noam Chomsky deplânge schimbarea de rol pe care au înregistrat-o instituțiile de presă: porniseră cu scopul de a informa cetățeanul de rând, de a face un serviciu public prin oferirea de date nefiltrate ideologic, și ajunseseră – din motive diverse, supuse sistemului – să piardă din vedere beneficiul cetățenesc pe care se presupunea că îl fac. În *Manufacturing Consent*, alături de co-autorul Edward S. Herman, Chomsky demască ideea că mass-media acționează în continuare ca un mecanism de control al puterii politice; că scopul acesteia ar fi rămas acela de a informa publicul, de a-l servi, astfel încât individul să se poată angaja mai bine în a înțelege realitatea procesului politic. De fapt, mass-media ne fabrică, ne impune consimțământul. Ne spune ce are nevoie puterea să ne spună, pentru a ne putea alinia. Noi consumăm mass-media și, asigurați, îndoctrinați, liniștiți, ne conformăm. Democrația este înscenată cu ajutorul mass-media, care funcționează ca o mașinărie bine unsă a propagandei (Chomsky și Herman 1988). Chomsky numește această întreprindere drept *model al propagandei* și identifică cinci filtre care funcționează împreună, interacționează și se consolidează reciproc:

- (1) dimensiunea, proprietatea concentrată, bogăția proprietarului și orientarea spre profit a firmelor mass-media dominante;
- (2) publicitatea ca sursă primară de venit a mass-media;
- (3) dependența mass-media de informațiile furnizate de guvern, lumea de afaceri și „experti”, toate finanțate și aprobate de aceste surse primare și agenți ai puterii;
- (4) „flak” ca mijloc de disciplinare a mass-media; și
- (5) „anticomunism” ca religie națională și mecanism de control.

Chomsky și Herman 1988, 2

Sugestia lui Chomsky este că materia primă a știrilor trebuie să treacă prin filtre succesive, lăsând numai reziduu purificat să treacă. Premisele discursurilor și interpretărilor sunt astfel fixate pentru a deservi elita și pentru a marginaliza orice formă de disidență. Rezultă un mecanism care funcționează atât de natural încât jurnaliștii integri și onești ajung să se convingă că aleg și interpretează știrile în mod obiectiv și pe baza



unor valori profesionale, deontologice. Constrângerile sunt atât de puternic înrădăcinate în sistem încât alternativele devin de neimaginat (Chomsky și Herman 1988, 2).

Pentru a explica suplimentar acest model al propagandei, merită să discutăm pe rând cele cinci filtre și să identificăm cum conlucrează: proprietarii (1) trusturilor media sunt în cele mai multe cazuri mari corporații și de multe ori fac parte din conglomerate-gigant. Ce urmăresc? Profitul financiar. Prin urmare, jurnalismul de investigație, jurnalismul critic, reprezintă un impediment pentru aceste companii, care nu doresc să fie analizate în detaliu. Publicitatea (2) trebuie să fie mereu pozitivă. Companiile media cheltuiesc mai mult decât sunt dispuși să plătească cei care le consumă, astfel încât golul rămâne să fie umplut de sponsori, prin companii de publicitate, care plătesc pentru segmente de public. Nu este decât un pas ca cel care consumă produsul media să devină el însuși produsul. Cei care conduc sistemul, liderii (3) ajung să poată autoriza narativa. Jurnalistul își pierde puterea de a verifica ce fac guvernele, corporațiile, marile instituții, fiindcă își pierde relațiile cu acestea și nu mai primesc informații. Pierd accesul la sursă, la povești. Dacă, totuși, continuă să fie critici, cei mulți rămași de cealaltă parte îi vor discredita (4); acuzatorii lor o pot face fiindcă au fost îndoctrinați și cred în acțiunea lor sau fiindcă au fost forțați; indiferent de motiv, publicul începe să își piardă încrederea în cei marginalizați, cărora li se construiește imaginea unor nebuni. Când acești rebeli ai sistemului nu sunt de ajuns pentru a influența opinia publică, se creează inamici (5): dușmani comuni, cu chip de terorist, comunist, imigrant etc. În funcție de moment și de context, acesta poartă alt nume și provine din alt context cultural.

Chomsky își dezvoltă suplimentar ideile publicate în 1988, un an mai târziu: ‘Necessary Illusions’ nuanțează felul cum statele occidentale, democratice, folosesc dubla măsură în politicile interne și mai ales în cele externe: „este o așteptare firească, pe ipoteze necontrovertate, că mass-media și alte instituții ideologice vor reflecta în general perspectivele și interesele puterii” (Chomsky 1989, 21). Teoreticianul american oferă exemple din acel moment, al finalului de Război Rece:

[...] nu este nevoie de nicio dovadă pentru a condamna Uniunea Sovietică pentru agresiune în Afganistan și sprijin pentru represiune în Polonia; este o chestiune cu totul diferită atunci când se vorbește despre agresiunea SUA în Indochina sau eforturile acesteia de a preveni o soluționare politică a conflictului arabo-israelian de-a lungul mai multor ani, documentată cu promptitudine, dar indezirabilă și, prin urmare, un non-fapt.

Chomsky 1989, 20-21

Putem găsi comportamente similare și în trecutul apropiat: scandalul economic dintre SUA și China (Economy et al. 2020), embargoul asupra Venezuelei din 2019 ordonat de președintele Trump (Kirschner 2021), schimbarea de atitudine dintre Uniunea Europeană și Marea Britanie în urma Brexit etc (Albrecht et al. 2021). Țintele principale ale acestor mesaje sunt, surprinzător oarecum, conducătorii unor comunități, cei care se consideră intelectuali și lideri de opinie. De ce? Fiindcă ei pot mobiliza publicul. Pot



propune dezbateri publice, pot naște chiar și controverse – întărind astfel ideea de libertate a expresiei – atâta timp cât se află înăuntrul unor limite impuse aprioric (Chomsky 1989, 70).

Când aceste limite sunt depășite, reprezentanții mass-media intervin prompt și discreditează nu numai ideile propuse de *rebeli*, cât – mai important – persoanele lor, găsindu-le greșeli ale trecutului, opinii dezagreabile, inconsecvențe în argumentație. Orice mic detaliu care îi poate destabiliza și le poate compromite credibilitatea, va fi speculat.

Cazul Fox News revine astfel în discuție, fiindcă reprezintă exemplul perfect al felului în care *establishment* se scindează la un moment dat și începe să ducă o luptă internă, de gherilă, unde fiecare parte – reprezentantă a unui segment al politicianilor și afaceriștilor de prim rang – luptă pentru a acapara toată puterea, toată sfera de influență asupra politicilor și (aici fiind de fapt cheia) opiniei publice.

2. *The Loudest Voice in the Room*

Trustul media Showtime realizează în 2019 o miniserie de șapte episoade, numită *The Loudest Voice*, prin care încearcă să înțeleagă felul în care Fox News ajunge relativ rapid de la un post nou înființat în topul rating-urilor americane. Adoptând o abordare aparent neutră, obiectivă, echilibrată, seria creată de Tom McCarthy și Alex Metcalf – după cartea lui Gabriel Sherman (*The Loudest Voice in the Room: How the Brilliant, Bombastic Roger Ailes Built Fox News-and Divided a Country*) – reține momentele esențiale pentru succesul postului creat de Roger Ailes – cu sprijinul financiar al mogulului australiano-american Rupert Murdoch. Fără să intre în detalii de nuanță, seria are meritul de a reflecta modul de operare al lui Ailes, caracterizat prin control și teroare. Totodată, producția reține și personalitatea celui care a făcut parte din echipa câștigătoare a lui Richard Nixon, dar amintește doar tangențial perioada tinereții lui Ailes, când și-a format convingerile conservatoare și modul radical de operare.

Seria începe cu aspectele cele mai recente în legătură cu Roger Ailes: moartea lui din 2017, acuzațiile de hărțuire sexuală începute în 2016, urmate de un discurs propriu (interpretat de un Russell Crowe schimbat fizic total) prin care anticipează criticile inamicilor săi: „de dreapta, paranoic, grăsan” (*The Loudest Voice* 2019). Apoi, revenind în trecut, povestea pornește în 1995, când Ailes începe munca la construirea Fox News: „sunt conservator; îmi place să mănânc; și cred în puterea televiziunii; trebuie să le oferii oamenilor ce își doresc, chiar dacă ei nici nu știu că asta își doresc” (*The Loudest Voice* 2019). Acest discurs e relevant pentru atitudinea seriei față de Ailes: fascinație combinată cu consternare, contestatare. Operarea cu două perspective atât de diferite, contradictorii, este menită să atragă fani din ambele tabere.

Ailes află că este demis de la NBC, așa că își lasă o porțiță contractuală prin care să poată merge la alt trust de presă, dacă acesta încă nu există. Rupert Murdoch îl contractează pentru a constitui un canal TV care să speculeze segmentul pieței publicului con-



servator, republican. Primele trei episoade explică modul de operare al lui Ailes, felul cum și-a ales angajații, ideile politice, strategia media, mentalitatea lui conform căruia totul în viață reprezintă o luptă cu tabăra inamică. Primul episod se termină cu un discurs însuflețitor, care adună laolaltă toate aceste aspecte:

De 50 de ani, politica de stânga din țara aceasta încearcă să controleze programele de știri. Le-au băgat pe gât americanilor cu agenda lor guvernamentală. Și știți la ce a dus asta? La apariția unei oportunități. Dacă vrem să învingem CNN, MSNBC, CNBC, trebuie să facem un legământ de loialitate, de loialitate unii față de alții și față de misiunea noastră. Iar misiunea este să-l convingem pe americanul uitat că vocea lui se poate face auzită și o va face, în democrația noastră. Le vom oferi o perspectivă reală asupra lumii și perspectiva pe care își doresc să o vadă. Și, când vom face asta, știți ce se va întâmpla? Vom recâștiga adevărata America. Contestăm agenda din prezent și devenim cea mai zgomoasă voce! Și restabilim echilibrul și obiectivitatea în țara asta!

The Loudest Voice 2019

Cultura intimidării și a conflictului, a fricii, sunt ceea ce vinde Ailes. Abordarea lui estompează distincția între politică și știri, între opinie și jurnalism. O zi de transmisiune Fox include „furia, bombasticul, șirul paranoic virulent, apelul nesfârșit la resentimentul celor albi” (Dickinson 2011). Gabriel Sherman, autorul cărții pe baza căreia s-a realizat *The Loudest Voice*, descrie, în 2014, chiar după publicare, felul totalitar în care Fox News este condus. El subliniază că – după părerea lui – Fox nu este o organizație de știri, ci o organizație politică unde se întâmplă să lucreze câțiva jurnaliști. Mai mult decât atât, reprezintă un cult al personalității pentru un singur om, Roger Ailes; întreaga organizație există pentru a-l mulțumi pe șef (Sherman 2014). Sherman subliniază că cercul restrâns al lui Ailes ar fi terifiat de el, că nu a văzut nicăieri altundeva o asemenea exercitare a puterii și că nivelul de paranoia ajunsese la cotele cele mai ridicate. Putem urmări și în serie felul cum, odată cu atentatele din 2001, Ailes și apropiații lui se află într-o permanentă stare de alertă, într-un război continuu. Sherman e de părere că motivul succesului Fox News constă în această cultură absolutistă și oferă un exemplu pe care îl găsește relevant: angajații se gândesc să producă știri care să-i facă pe plac lui Roger Ailes și, de fapt, uneori Fox News are probleme, deoarece producătorii vor depăși măsura pentru că sunt foarte dornici să îi facă șefului pe plac (Sherman 2014).

Între evenimentele cuprinse în primul și al doilea episod, există o întâmplare extrem de importantă lăsată deoparte de creatorii seriei: alegerile prezidențiale din 2000, când Fox News a punctat decisiv în victoria lui George W. Bush. Operațiunea este relevantă pentru această nouă formă de campanie politică orchestrată cu ajutorul unui trust de presă. Pe scurt, lucrurile au stat în felul următor: cu toate că înfruntarea nu era nici pe departe tranșată, Fox News l-a declarat prematur pe Bush drept câștigător, ceea ce i-a atras mai multe procese în instanță. Ailes, decis să nu lase nimic la voia întâmplării, l-a numit în acea zi la cârma pupitrului de decizie pe John Prescott Ellis, verișor primar cu Bush. În orice alt trust, un asemenea conflict de interese l-ar fi descalificat pe Ellis. Nu și aici, unde loialitatea față de viitorul președinte a devenit un bun. În acea noapte, Fox



I-a numit pe Bush câștigător, cu toate că în Florida diferența de voturi era încă prea mică pentru a ști cu exactitate acest lucru (Sherman 2014). Prezentatorul, Brit Hume, a dat verdictul la ora 2:16 a.m., iar toate celelalte canale au preluat informația aproape instant, ca pe urmă să o retracteze rușinate, cu mai puțin de două ore mai târziu (Kurtz 2000). Esențială aici a fost capacitatea de a controla povestea în așa fel încât cetățenii să creadă informația.

Pentru Ailes, detaliile nu contează atunci când ele contravin cu mesajul general. El sublinia în cartea sa că publicul ține minte doar concepte și expresii emoționale, comunicate prin ochi, chip, voce și corp (Ailes și Kraushar 2012). Liderii nu sunt aleși pe baza detaliilor programelor pe care le propun, ci mai degrabă pe anumite teme (Dickinson 2011). O asemenea întâmplare se petrece în cazul lui Ronald Reagan, în timpul campaniei din 1984, când viitorul președinte reales prezenta semne incipiente de Alzheimer. Ailes l-a sfătuit să transforme bătrânețea într-un atuu, motiv pentru care Reagan a jucat generozitatea când a spus că nu va exploata, pentru motive politice, tinerețea și lipsa de experiență a adversarului său (Dickinson 2011).

Este interesant de observat cum *The Loudest Voice* omite astfel de detalii care i-ar conferi lui Ailes – pe lângă imaginea de tiran – aura unui geniu strategic. Episodul al doilea al seriei se concentrează asupra felului cum atentatele teroriste de la 11 septembrie 2001 influențează agenda Fox News. Ailes și-a consolidat crezul de a fi angajat politic în mass-media și a încercat să construiască – în jurul acestei tragedii – o și mai intensă coeziune la nivelul echipei sale de reporteri. El a speculat gravitatea atentatului pentru a consolida agenda personală, dar și pentru a aduce postul în prim-plan. Fox News devine astfel cel mai mare jucător din piață, pentru că are o abordare senzaționalistă. Ailes s-a folosit de tiparul dușmanului comun pentru a-și aduce toți colaboratorii în aceeași stare și de aceeași parte. Prin felul cum este realizată, seria dă falsa impresie că Fox își ridică inițial rating-ul prin mediatizarea excesivă a atentatelor. Acest lucru este greu de crezut, dat fiind că ele se petrec la cinci ani de la crearea postului. Scenariul atribuie aici o culpă morală lui Ailes, care decide, în ciuda tuturor criteriilor deontologice, să difuzeze imagini cu oameni care sar din blocurile gemene. Argumentul șefului este că toată lumea trebuie să vadă ce „ne-au făcut animalele alea”. Este momentul în care Ailes găsește acel scop suprem pentru Fox News, sugerează scenariul:

Nenorociții aceia habar nu au ce au început. Vor fi distruși, striviți, le vom pune bordeiele în pământ. La Fox News... avem o misiune importantă. [...] Deja nu mai e vorba de politică. Suntem în război.

The Loudest Voice 2019

Este adevărat că nivelul de paranoia – așa cum sunt de părere mai mulți reporteri – crește odată cu evenimentele de la 11 septembrie, dar modificarea din comportamentul lui Ailes – așa cum o sugerează seria – pare accentuată în mod deplasat. Această atitudine, totuși ușor părtinitoare se poate vedea și din selecția momentelor pe care *The Loudest Voice* le acoperă în continuare. Nu este un lucru nemaîntâlnit în producțiile comer-



ciale – care caută senzaționalismul și de multe ori mizează pe cele mai cunoscute aspecte din existența celor prezentați pe ecran, fiindcă astfel cât mai mulți spectatori se pot identifica cu acestea, prin faptul că și le amintesc – dar merită menționat pentru a păstra un discurs echilibrat. Seria *editorializează* pe marginea activității lui Ailes, adică selectează cele mai mari derapaje ale sale și le exagerează în așa fel încât orice spectator să îi înțeleagă personalitatea, abordarea.

Episodul al treilea sare așadar câțiva ani și ajunge în 2008, în timpul campaniei electorale în urma căreia Barack Obama devine primul președinte de culoare al Statelor Unite. Ailes cel interpretat de Russell Crowe își arată din start nemulțumirea vizavi de acest candidat: „Democrații au nominalizat un african socialist care vrea să redistribuie bogăția țării” (*The Loudest Voice* 2019). Miza lui este să îi facă pe americani să-l creadă pe Obama musulman, terorist și străin. Îi aseamănă cu Hitler și Stalin, între care nu face diferență, pentru a sublinia o generalizare care poate funcționa în mintea publicului; el aduce laolaltă mai multe clișee – care fiecare singur nu ar fi de ajuns, dar împreună pot forma un scenariu solid – astfel încât alăturarea și repetarea lor să poată fi destul de convingătoare. La Fox News, insistă ca lui Obama să i se spună cu cel de-al doilea prenume, Hussein, pentru a da impresia unui terorist. Este interesant că la doar câțiva ani distanță, Traian Băsescu se referea la adversarul său, Victor Ponta, cu apelativul de Viorel (al doilea său prenume) (HotNews 2014), cu același scop defăimător. Cu conotații diferite, dar în ambele cazuri negative, Ailes, respectiv Băsescu folosesc prenumele mai puțin cunoscut pentru a construi o imagine negativă. În cazul lui Obama, putem vorbi despre ideea de musulman; în cazul lui Ponta despre ideea țaran, needucat, simplu, nevrednic să ocupe o poziție importantă de conducere. Această accentuare pe care o face seria este dublată de finalul episodului, când Ailes însuflețește prin discurs o masă de oameni, dominată de chipuri needucate, ușor manipulabile etc.

Următorul episod subliniază mania pe care Ailes o creează la nivel societal. Fox News sugerează că victoria lui Obama ar atrage o guvernare socialistă, nespecific americană, prin care liderii ar lua de la bogați și ar da la săraci. Este tipul de simplificare cu care lucrează propaganda, care trebuie să fie directă, reductivă, generalizatoare și de impact.

Ultimele trei episoade urmăresc momente mai recente.

De pildă, operațiunea de discreditare a scriitorului Gabriel Sherman este importantă atât pentru contextul realizării producției, cât și pentru că prezintă încă o dată modul de operare al lui Ailes, dorința lui de a controla mereu povestea, atât în privința politică mai largă, cât mai ales la nivel personal. Este interesant faptul că în anul apariției cărții lui Sherman, jurnalistul Jill Lepore scrie pentru ‘The New Yorker’ un articol despre Roger Ailes în care îl compară cu William Randolph Hearst – din viața căruia regizorul Orson Welles s-a inspirat pentru filmul său de referință, *Citizen Kane* (1941). În perioada interbelică, Hearst domina presa americană prin intermediul trustului Hearst Communications. Lepore remarcă două asemănări izbitoare între acțiunile celor doi moguli: fiecare condusesse trusturi media bazate pe conflict și intrigă, care șocau opinia publică



la vremea lor; fiecare aflase că un scriitor independent e pe cale să publice o biografie nu tocmai măgulitoare despre persoana lor și apelase la câte un lacheu pentru a scoate o variantă autorizată a activității lor (Lepore, 2014).

Alt moment pe care seria îl pune pe ecran reprezintă începerea tratatelor de a-l transforma pe Donald Trump într-un prezidențiabil cu șanse reale de câștig. De ce e Donald greu de contracarat într-un joc politic clasic? Pentru că nu joacă după reguli: nu poate fi atacat pentru tipul de greșeli care ar funcționa în cazul altora (scandaluri sexuale, jigniri, inconsecvențe în declarații etc.); el și le asumă, le atacă sau le bagatelizează gravitatea, iar așa își transformă următorii în adepți; ei devin atât de radicalizați încât nu mai au discernământul de a analiza în mod rațional activitatea idolului lor. Trump nu este un politician, ci un om venit din showbiz.

În acest moment al seriei intervine fugitiv și personajul lui Roger Stone, un consultant politic controversat și extrem de mediatizat. *The Loudest Voice* nu explică felul cum Stone contribuie la campania câștigătoare a lui Trump, cu toate că i-ar putea folosi personalitatea îndoielnică pentru a-l ataca suplimentar pe Ailes. De ce îndoielnică? Pentru că Stone se ghidează după reguli precum aceasta: „Este mai bine să fii infam decât să nu fii niciodată celebru” sau „Mă delectez cu ura ta, pentru că dacă nu aș fi eficient nu m-ai urî.” (Gilbert 2017). Despre importanța lui Stone discută, printre altele, filmul *Get Me Roger Stone* (2017), realizat în timpul campaniei lui Trump și prezentat chiar după terminarea acesteia. Stone reiterează și nuanțează ideea că alegătorii nu fac distincție între divertisment și politică, motiv pentru care fostul președinte american a obținut această poziție:

The Apprentice l-a făcut un interpret de televiziune elegant; gândiți-vă la modul cum arăta în spectacol: scaun cu spate înalt, perfect luminat, păr și machiaj grozav, decisiv, luând decizii, conducând spectacolul; arăta prezidențial. Credeți că alegătorii, non-sofisticați, fac diferența între divertisment și politică? Politica este spectacol pentru oamenii urâți.

Renata s.a.

Stone își completează filosofia prin a puncta faptul că:

[...] sarcina unui strateg politic este să exploateze reclame negative, dar memorabile, în scopul câștigării voturilor. Trucul este să te poți angaja în campanii negative fără să fii perceput pe scară largă ca desfășurând o campanie negativă.

Stone 2018

Aceeași filosofie o aplică și Ailes, atunci când angajează Fox News în diverse scandaluri mediatice. El adoptă mereu o strategie ofensivă, în care nu își acceptă greșelile, ci supralicitează în speranța ca adversarii lui să cedeze. Seria prezintă felul cum reacționează atunci când opinia publică află despre harțuirea sexuală asupra angajatelor și



campania #MeToo.¹ De asemenea, este interesată de mania tot mai mare legată de conspirațiile din jurul lui și de radicalizarea suplimentară a celor puțin rămași în tabără lui.

Cinismul prezentat aici e șocant. Aceste episoade devin și mai angajate în a-l discreditat pe Ailes; par pe undeva mai lipsite de echilibrul impus în prima parte a seriei, când personalitatea lui machiavelică naște o oarecare fascinație – chiar dacă mai degrabă negativă. Aici, Ailes începe să devină un om meschin și mărunț, care luptă să păstreze aparența publică: el începe să piardă controlul, își îndepărtează cei mai loiali colaboratori și se vede incapabil să mai continue minciunile. Lucrurile ies la iveală. Seria face o delimitare între eșecul personal din ultimii ani ai lui Ailes (când începe să piardă influență în trustul media și credibilitate în ochii opiniei publice), respectiv succesul ideologic pe care îl asigură metoda rafinată de acesta.

Testamentul pe care îl lasă umanității, ultima lui moștenire, este Donald Trump. Seria sugerează că Ailes îl consideră candidatul ideal pentru a modifica paradigma politică și pentru a readuce puterea de partea Partidului Republican. Aici seria începe să lucreze mai degrabă în alb și negru, dar reușește să sublinieze importanța pe care Fox News a avut-o în alegerea lui Trump și prezintă foarte sumar și generalizat abordarea câștigătoare propusă de Ailes: „Așa cum facem la Fox: ne concentrăm pe o idee sau două pe care le repetăm la nesfârșit. La un moment dat, în mintea acelor oameni, acele idei devin adevărul care le este familiar” (*The Loudest Voice* 2019). Pe fundalul acestei lecții, curg imagini de arhivă cu manifestațiile lui Trump în care repetă ideea de a construi acel zid la granița cu Mexicul – „*build that wall, build that wall...*”.

The Loudest Voice sugerează că aceasta ar fi povestea unui om învins: Ailes rămâne să se uite singur, pe canapeaua de acasă, la discursul lui Trump, pentru că soția lui nu reușește să îl mai consoleze – înțelegând și acceptând eșecul de a fi pierdut contactul cu realitatea, ceea ce el pare că nu face – și izbucnește în plâns, ieșind din cadru. Să fie chiar așa? Seria produsă de Showtime prezintă condensat maniile lui Ailes. Fără să căutăm și în alte părți, dacă ne uităm doar la această ecranizare, descoperim un psihopat, egocentrist, radical, închis în propria enclavă ideologică. Comparând această imagine cu aparițiile publice – interviuri, prelegeri, conferințe – observăm o personalitate mult mai rafinată, un individ care se știe face și plăcut: direct, într-adevăr tranșant, dar îndeajuns de echilibrat încât ideile lui să penetreze mintea celor din jur. Ailes are calitățile unui lider: dur, categoric, interesat de aceleași teme (proprii conservatorismului), dar și un bun ascultător, un gânditor, unul care înțelege importanța introspecției și știe cum să se comporte în diferite conjuncturi (YouTube 2010, 2015, 2016).

Consensul criticii americane de film privind *The Loudest Voice* ne-ar face să credem că seria nu a fost îndeajuns de dură cu Ailes, că a ratat o șansă istorică de a construi „o

¹ #MeToo reprezintă o campanie de conștientizare a abuzurilor asupra femeilor. A devenit virală în 2017, întâi prin intermediul platformelor de socializare Facebook și Twitter, și le-a oferit curajul unui număr foarte mare de persoane din întreaga lume de a vorbi deschis despre abuzurile suferite în trecut.



acuză puternică față de una dintre cele mai infame figuri ale presei” (Rotten Tomatoes s.a.). Abordarea seriei, aflată undeva la mijlocul spectrului – chiar dacă ușor (a)trasă către a-l critica pe Ailes – confirmă încă o dată modelul propagandei propus de Noam Chomsky, fiindcă producția prezintă un subiect controversat, naște o dezbatere, le oferă simpatizanților ambelor tabere ceva de care să se poată agăța. În funcție de poziția adoptată, fiecare spectator poate să își consolideze propria credință: că tot ce a făcut Ailes a fost oribil sau, dimpotrivă, a demonstrat genialitate. Ailes ca lider pragmatic și nemilos sau Ailes ca obsedat sexual și lipsit de umanitate? Depinde ce vrem să alegem. Prin această plasare la centru, seria devine universal vandabilă pentru publicitatea plătită în ambele tabere ideologice, fiindcă reușește să nu supere decisiv pe nimeni. Este tocmai acel tip de abordare care nu iese din limitele (auto)impuse.

Dincolo de imaginea pe care seria o construiește trustului Fox News – cu agenda proprie și cu limitările de timp specifice unei producții audio-vizuale – este interesant să ne întrebăm de ce trustul TV are un succes atât de mare și în ce segment al societății americane reușește să penetreze cel mai bine.

3. Cine și cum consumă Fox News?

Pentru a înțelege mai bine impactul puternic și publicul țintă al canalului, este important de reluat faptul că Fox News a fost confecționat după chipul și asemănarea lui Roger Ailes. Cariera lui Ailes în televiziune a început în 1961, în Cleveland și Philadelphia, unde în câțiva ani a trecut de la asistent la producător al emisiunii locale ‘The Mike Douglas Show’, pe care a transformat-o într-un program cu impact național – cele două Premii Emmy (1967, 1968) demonstrează această transformare.

După startul fulminant, urmează o carieră de consultant politic și participă în echipele câștigătoare pentru trei președinți americani: Richard Nixon (1968), Ronald Reagan (1984), George H. W. Bush (1988). Revine în televiziune în 1993, la CNBC, pentru care produce emisiuni de succes, dar este înlăturat de aici înainte să acapareze prea multă putere și influență. În ciuda eșecului său, aici probează prima oară ideea – fără să o ducă la desăvârșire – de a construi un trust media „corect și echilibrat”, sloganul pe care îl (va) impune la Fox.

Cariera lui Roger Ailes pare provenită dintr-un scenariu de film: confecționată minuțios, cărămidă cu cărămidă, până în momentul când se simte pregătit – și are sprijinul material necesar – să construiască cel mai de succes post TV american. Experiențele prin care trece par să îl pregătească pentru acest moment. Mogulul media Rupert Murdoch îi oferă mână liberă și îi permite să își alcătuiască propria echipă și politică redacțională, atâta timp cât profitul este considerabil. Impunerea pe piață vine cu un mare cost financiar inițial: Murdoch plătește companiile de cablu câte 20 de dolari pentru fiecare abonat, înmulțit cu 25 de milioane, ca acestea să includă Fox News în grila lor de canale. Injecția de capital – jumătate de miliard de dolari – reprezintă un risc despre care Murdoch afirmă: „Acesta este capitalismul și unul din lucrurile care fac această



țară să fie mare” (Dickinson 2011). Dar este un risc calculat. Ailes și Murdoch au înțeles lipsa unei voci media puternice care să reprezinte ideologia naționalist-conservatoare, lipsa de orizont a generației *baby-boomer*, care trăise bine în prima parte a vieții, iar acum își vedea drepturile și privilegiile pierdute unul câte unul. Dorința lor, cel puțin cea afirmată la televizor, era de a face America măreață din nou (*‘Make America Great Again’*), sintagmă preluată de la Ronald Reagan, care o folosise în 1980 (Taibbi 2015) – când economia țării se afla în stagflație (Hill 2015) – și însușită ulterior de Donald Trump.

Economic, cultural și social, acesta este contextul intrării Fox News în piață, la mijlocul anilor ’90. În anii 2000, când postul devine lider în privința rating-urilor și când își consolidează audiența, Fox știe cui se adresează. Conform unor statistici prezentate de jurnalistul Tim Dickinson, în 2011 – deci la finalul deceniului în care Fox reușise să influențeze succesul lui George W. Bush – următorii canalului ar fi aparținut în mare parte generației *baby boomer*, ar fi fost aproape exclusiv de rasă albă (98%), ar fi fost orientată pro-business (86%), creștin-conservatoare (78%), fără diplomă de colegiu (66%), cu vârsta de peste 50 de ani (65%), în favoarea portului de armă (73%), împotriva drepturilor comunității negre (78%), de părere că guvernul *face prea mult* (84%) (Dickinson 2011). Dintre următorii avizi ai postului, două treimi erau convingși că programul ‘Obamacare’ ar duce la o *preluare guvernamentală*, ar oferi îngrijiri medicale imigranților ilegali, ar plăti pentru avorturi și ar lăsa guvernul să decidă când să o *scoată pe bunica de la aparate* (Dickinson 2011).

Strategia postului pare să fie de a face apel la instincte în detrimentul gândirii raționale. Intenția nu este de a informa, ci de a diviza, ca strategie de marketing folosind ideea *noi versus ei*. Fox News pare să spună că liberalii sunt *răi*, pentru că vor să ofere mai multe drepturi minorităților și să restrângă din drepturile majorității. Rezultatul acestei campanii concertate de dezinformare poate fi îngrijorător: oamenii nu cunosc aproape nimic din realități, rămân prost informați sau chiar dezinformați, devenind în timp ignorați în fața dezbaterilor și a altor puncte de vedere. Dickinson subliniază că Ailes – la fel ca mentorul său politic, Richard Nixon – traficează emoția victimizării (Dickinson 2011).

Strategia ideologică a postului a dat roade acolo unde contează cel mai mult: alegerile prezidențiale din 2000, care spuneam că au fost câștigate de George W. Bush. Republicanul a învins în ciuda faptului că a obținut mai puține voturi din partea cetățenilor. Fără să intru în detalii privind procesul de votare din Statele Unite, este important de știut că – simplificând foarte mult – fiecare stat al țării e câștigat unitar de candidatul cu mai multe voturi, iar aceasta înseamnă că voturile strânse în acel stat de adversarul lui devin nule.

Stefano DellaVigna și Ethan Kaplan explică în mod științific faptul că intrarea Fox News pe piața media a reușit să aducă Partidului Republican două sute de mii de voturi în plus (DellaVigna și Kaplan 2007). Cu toate că nu pare mult față de cei o sută de milioane de votanți din 2000, este posibil ca aceste voturi, obținute strategic în anumite sta-



te, să fi înclinat decisiv balanța în favoarea lui Bush. Această victorie a fost repetată în 2004; se spune că Murdoch și Ailes au sărbătorit în biroul lor până la trei dimineața (Dickinson 2011). Iată, legătura apropiată dintre Fox și republicani a fost benefică nu numai pentru rating, ci și economic și politic. Privind și succesul din 2017 al lui Donald Trump, este greu de crezut teza seriei *The Loudest Voice*, conform căreia Ailes moare ca om învins de sistem. Se spune că ar fi zis la un moment dat următoarele: „Nu sunt jurnalist, sunt un *entertainer* și câștig”.²

Se pare că imediat după acuzațiile de hărțuire sexuală din 2016 și moartea lui în 2017, la Fox News lucrurile rămăseseră la fel. Cel puțin, așa argumenta CNN, canal concurent al Fox (Byers 2019). Câțiva ani mai târziu, tot CNN sugera că lucrurile în continuare nu s-au schimbat prea mult, dar sublinia că Donald Trump credea contrariul (conform postărilor sale de pe Twitter din 2020) și se întreba retoric unde este Roger Ailes, unde sunt vremurile în care trustul îl susținea necondiționat (Stelter 2020). Vedem, iată, o posibilă diferență de nuanță între ultimele două campanii pentru președinția Statelor Unite (2017, 2021) în abordarea Fox News. Probabil, trustul a devenit mai puțin vehement, mai puțin dispus să lupte necondiționat pentru cauza republicană, dar rămâne în continuare cel mai important jucător media aflat în favoarea conservatorismului american. Lupta pe care celelalte trusturi o duc cu Fox News rămâne de actualitate.

Lupta ideologică, prin canalele media, se poartă în toată lumea, ea nefiind proprie doar Statelor Unite. La fel se întâmplă în România, unde trustul RCS RDS, prin canalul Digi24 (HotNews 2012) – unde, în 2012, se promova ideea că abonații pot cere companiilor să le scoată Antena 3 din grila de programe și despre care se spunea că ar fi o „contrapondere necesară la Antena 3 și România TV pe piața televiziunilor de știri, oferind o alternativă rezonabilă la posturile de propagandă pură” (Tăpălagă 2019) – și CNN promovează o idee similară în legătură cu Fox News, sublinia Tucker Carlson, unul dintre cei mai vizibili prezentatori ai postului lui Murdoch (Carlson 2021).

Probabil ușoara modificare de atitudine în privința Fox News ține și de faptul că Trump părea că va pierde alegerile din 2020-2021 (ceea ce s-a adevărit), iar Murdoch a procedat la fel ca în 2008, când a insistat ca Ailes să își tempereze politica denigratoare la adresa lui Obama, fiindcă simțea că democratul va câștiga și nu dorea un dușman total la Casa Albă. Aceste două evenimente – structurate asemănător și caracterizate printr-o temperare a furiei Fox față de tabăra democrată – dovedesc faptul că Murdoch se orientează doar parțial ideologic, fiind mai preocupat de câștigul financiar. Față de Ailes, Murdoch pare mai maleabil în privința gradului de angajare politică a trustului său media.

Parcursul, ascensiunea și felul cum Fox News schimbă povestea în Statele Unite, propunând totodată un mod și mai implicat politic de a face jurnalism, sunt relevante în raport cu ideile prezentate de Noam Chomsky, fiindcă putem înțelege în mod concret

² Nu am găsit o mărturie înregistrată, dar mulți comentatori au sugerat, într-un fel sau altul, acest eveniment.



cum se translatează teoria în practică. În acest sens, putem depista iluzia pe care de multe ori o construiește presa, cum lupta ideologică se întinde de la o generație la alta și mijloacele tot mai diverse prin care publicul poate fi implicat politic. Totodată, înțelegem felul cum procedeul manipulării mass-media este rafinat în timp, devenind unealta principală a luptei politice din prezent. Este extrem de interesant felul cum, în doar câteva generații, ajunge să nu mai conteze conținutul unei dezbateri, ci actul performativ în sine, unde atinsă nu mai trebuie să fie inteligența, ci emoția cetățeanului

REFERINȚE

- AILES, Roger și KRAUSHAR, Jon, 2012. *You Are The Message*, New York: Crown Business.
- BROCK, David și RABIN-HAVT, Ari, 2012. *The Fox Effect: How Roger Ailes Turned a Network into a Propaganda Machine*, New York: Anchor Books.
- CHOMSKY, Noam, 1989. *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*, London: Pluto Press.
- CHOMSKY, Noam și HERMAN S. Edward, 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- DELLAVIGNA, Stefano și KAPLAN, Ethan. The Fox News Effect: Media Bias and Voting. *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 122, Issue 3, August 2007, p. 1187–1234.
- SHERMAN, Gabriel, 2014. *The Loudest Voice in the Room: How the Brilliant, Bombastic Roger Ailes Built Fox News-and Divided a Country*, New York: Random House.

Articole de presă:

- ALBRECHT, Michael, JUNCK, Ryan, MCGOLDRICK, Vanessa, ROBERTSON, Elizabeth, și SÈVE, Margot, 2021. Impact of Brexit on UK and EU Sanctions Frameworks [online]. *JD Supra*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.jdsupra.com/legalnews/impact-of-brexit-on-uk-and-eu-sanctions-7672025/>
- BYERS, Dylan, 2017. One year after Roger Ailes' departure, Fox News thrives as an unabashed Trump booster [online]. *CNN Business*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://money.cnn.com/2017/07/21/media/fox-news-roger-ailes-donald-trump/index.html>
- CARLSON, Tucker, 2021. From Twitter to CNN, the left is coming for your speech [online]. *Fox News*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.foxnews.com/opinion/tucker-carlson-on-twitter-and-cnn>
- C.I., 2012. Antenele - scoase oficial din grila RCSRDS pe platforma de satelit Digi [online]. *HotNews*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://m.hotnews.ro/stire/12340301>



- C.I., 2012. UPDATE Antena 1, Antena 3 si Euforia ies din grila RCSRDS pe platforma de satelit Digi care are peste 1,1 milioane de abonati. Intact: RCSRDS dovedeste rea credinta [online]. *HotNews*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://m.hotnews.ro/stire/12044702>
- DICKINSON, Tim, 2011. How Roger Ailes Built the Fox News Fear Factory [online]. *Rolling Stone*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.rollingstone.com/politics/politics-news/how-roger-ailes-built-the-fox-news-fear-factory-244652/>
- ECONOMY, Elizabeth C., HUANG, Yanzhong, COHEN, Jerome A., SEGAL, Adam și GEWIRTZ, Julian, 2020. How 2020 Shaped U.S.-China Relations [online]. *Council on Foreign Relations*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.cfr.org/article/how-2020-shaped-us-china-relations>
- FILIPOVIC, Jill, 2020. Fox News Has Manufactured a Boomer War Against Millennials [online]. *Gen*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://gen.medium.com/fox-news-has-manufactured-a-boomer-war-against-millennials-b8a54ee9fbaf>
- GILBERT, Sophie, 2017. Get Me Roger Stone Profiles the Man Who Created President Trump [online]. *The Atlantic*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/05/get-me-roger-stone-donald-trump-netflix/526296/>
- HILL, McGraw, 2015. Presidential Politics, 20th Century Style [online]. *Internet Archive*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://web.archive.org/web/20150818034233/http://www.mhhe.com/socscience/comm/wilson5/politics_chapter/prez09.html
- HOT NEWS, 2014. Traian Basescu: Victor Viorel, iti spun de acum: Or sa primeasca Finantele camioane de facturi pentru oameni care nu au alimentat niciodata/ Daca Ponta nu intelege de unde poate reduce cheltuieli, sint gata sa-i arat in 30 de minute [online]. *HotNews*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.hotnews.ro/stiri-esential-16941067-traian-basescu-sustine-luni-declaratie-presa-ora-15-00.htm>
- IMDB, s.a. Get Me Roger Stone [online]. *IMDb Quotes*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.imdb.com/title/tt6714534/quotes/>
- KIRSCHNER, Noelani, 2021. U.S. sanctions on Venezuela explained [online]. *Share America – U.S. Department of State’s platform for communicating American foreign policy worldwide*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://share.america.gov/u-s-sanctions-venezuela-explained/>
- KURTZ, Howard, 2000. Bush Cousin Made Florida Vote Call For Fox News [online]. *The Washington Post*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/2000/11/14/bush-cousin-made-florida-vote-call-for-fox-news/68c8b308-d61e-460f-a4d8-f98371aeb5f/>



- LEPORE, Jill, 2014. Bad News. The reputation of Roger Ailes [online]. *The New Yorker*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.newyorker.com/magazine/2014/01/20/bad-news-11>
- NELSON, L. Jacob, 2019. What is Fox News? Researchers want to know [online]. *Columbia Journalism Review*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.cjr.org/tow_center/fox-news-partisan-progaganda-research.php
- OHLHEISER, Abby, 2017. The woman behind ‘Me Too’ knew the power of the phrase when she created it — 10 years ago [online]. *The Washington Post*. [Accesat 21 noiembrie 2021]. Disponibil la: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2017/10/19/the-woman-behind-me-too-knew-the-power-of-the-phrase-when-she-created-it-10-years-ago/>
- PONIEWOZIK, James, 2020. Donald Trump Was the Real Winner of The Apprentice [online]. *The New York Times*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.nytimes.com/2020/09/28/arts/television/trump-taxes-apprentice.html>
- RENATA, Carla, s.a. Why All Politicians Scream Get Me Roger Stone [online]. *The Curvy Film Critic*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://thecurvyfilmcritic.com/why-all-politicians-scream-get-me-roger-stone/>
- ROTTEN TOMATOES, s.a. The Loudest Voice: Season 1, Critics Consensus [online]. *Rotten Tomatoes*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.rottentomatoes.com/tv/the_loudest_voice/s01
- STELTER, Brian, 2020. How Fox News has changed in the four years since Roger Ailes was ousted [online]. *CNN Business*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://edition.cnn.com/2020/07/22/media/fox-news-trump-roger-ailes-four-years-later/index.html>
- STONE, Roger, 2018. Stone's Rules: How to Win at Politics, Business, and Style [online]. *Good Reads*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.goodreads.com/work/quotes/61854942-stone-s-rules-how-to-win-at-politics-business-and-style>
- TAIBBI, Matt, 2015. Donald Trump Claims Authorship of Legendary Reagan Slogan; Has Never Heard of Google [online]. *Rolling Stone*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.rollingstone.com/politics/politics-news/donald-trump-claims-authorship-of-legendary-reagan-slogan-has-never-heard-of-google-193834/>
- TĂPĂLAGĂ, Dan, 2019. Ce se întâmplă la Digi24. Cartelizarea televiziunilor de știri [online]. *G4 Media*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: <https://www.g4media.ro/ce-se-intampla-la-digi24-cartelizarea-televiziunilor-de-stiri.html>

Surse video:

Get Me Roger Stone, 2017 [film]. Regizori: Dylan BANK, Daniel DIMAURO, Morgan PEHME. SUA, Netflix.



- The Loudest Voice*, 2019 [mini-serie]. Creatori: Tom MCCARTHY, Alex METCALF. SUA, Showtime.
- YOUTUBE, 2010. Interview with Roger Ailes, president of Fox News Channel, canalul Youtube *Hoover Institution*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=IHYa9IupxRs&ab_channel=HooverInstituti on
- YOUTUBE, 2012. Noam Chomsky Necessary Illusions, Apr 11 1989, American University | Institute for Policy Studies, canalul Youtube *TheEthanwashere*, Jul 17, 2012. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=wi1WVEhlMh0&ab_channel=TheEthanwas here
- YOUTUBE, 2014. Gabriel Sherman *The Loudest Voice in the Room*, canalul Youtube *Politics and Prose*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=ehtku6qCM90&ab_channel=PoliticsandPro se
- YOUTUBE, 2015. Noam Chomsky - Manufacturing Consent, canalul Youtube *Chomsky's Philosophy*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=fTBWfKE7BXU&ab_channel=Chomsky%2 7sPhilosophy
- YOUTUBE, 2016. Morning Meeting, 4/17/15: Roger Ailes, Chairman and CEO, FOX News, canalul Youtube *The Taft School*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=oW-bT_2u_u8&ab_channel=TheTaftSchool
- YOUTUBE, 2016. Roger Ailes Resigns From Fox News, canalul Youtube *ABC News*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=0ltsI5ZHpO4&ab_channel=ABCNews
- YOUTUBE, 2017. Noam Chomsky – The 5 Filters of the Mass Media Machine, canalul Youtube *Al Jazeera English*. [Accesat 5 mai 2021]. Disponibil la: https://www.Youtube.com/watch?v=34LGPIXvU5M&ab_channel=AlJazeeraEnglish