

Politica scandalului și iluzia participării: Hobbyism politic, industrie a indignării și transformarea spațiului public românesc

DOI : 10.46522/S.2025.02.9

Radu Florin POP, PhD

University of Arts Târgu Mureș

radupop_papiu@yahoo.com

Abstract: The Politics of Scandal and the Illusion of Participation: Political Hobbyism, the Outrage Industry, and the Transformation of the Romanian Public Sphere

This article analyzes recent transformations of the Romanian public sphere marked by polarization, scandal-driven discourse, and declining trust in political institutions. Drawing on Eitan Hersh's distinction between political hobbyism and activism, it argues that much contemporary political engagement is limited to emotional reaction rather than organized action. This dynamic is reinforced by the "outrage industry", which promotes conflict-centered political communication. The article shows how public outrage is often mistaken for democratic participation, leading to the formation of irreconcilable opinion bubbles and the erosion of public deliberation. The central claim is that these processes generate an illusion of participation that weakens civic activism and transforms politics into spectacle, with significant consequences for democratic life in Romania.

Key words: *political hobbyism; outrage industry; political scandal; democratic participation; Romanian politics.*

1. Introducere

Mă preocupă politica românească și, mai ales, modul în care se face politică în România. Evenimentele din ultimii ani — și mai ales din ultimul an — au fost surprinzătoare: anularea alegerilor prezidențiale, rezultatele acestor alegeri, refuzul electoratului de a susține partidele tradiționale, discursul politic tot mai polarizat și modul în care se desfășoară campaniile electorale. Deși autoritățile au încercat să explice anularea turului doi al alegerilor prezidențiale, lucrurile încă nu sunt pe deplin lămurite. „Cât cunoaștem noi din fenomenul alegerilor din 2024... Cunoaștem modul de operare. Nu cunoaștem, în momentul de față, o parte din actorii care au fost implicați în zona electronică, cibernetică. Adică nu știm cine a fost...” declara președintele Nicușor Dan, în Parlamentul României, după prezentarea Strategiei Naționale de Apărare a Țării (Otopeanu 2025). Ca o replică la această stare de incertitudine, Robert Turcescu publica recent o carte de interviuri intitulată *Înapoi la turul doi* care are ca subtitlu: *8 dialoguri despre lovitura*



de stat. Toate acestea conturează un peisaj confuz, care merită analizat și înțeles mai profund. În acest articol propun două idei care, în opinia mea, pot contribui la clarificarea acestui peisaj politic.

Prima idee este că putem înțelege mai bine politica românească actuală (și politica în general) plecând de la distincția dintre *hobbyismul politic* și *activismul politic*. Această distincție este formulată de Eitan Hersh în cartea sa *Politics is for Power*. Hersh argumentează că o mare parte din cetățeni consumă politică mai degrabă ca pe un hobby — discutând, comentând, indignându-se — dar fără a se angaja cu adevărat în procesele prin care se exercită și se distribuie puterea politică.

A doua idee este că această practică a hobbyismului politic este susținută și amplificată de un nou tip de discurs politic: discursul de tip *scandal* sau *outrage*. Acest fenomen este analizat de Sarah Sobieraj și Jeffrey M. Berry în cartea lor *The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility*. Autorii arată cum media de opinie din spațiul politic s-a transformat într-o industrie a indignării, în care incivilitatea, conflictul și emoțiile puternice devin norme ale comunicării politice.

Aceste două fenomene se întăresc reciproc: hobbyismul politic este alimentat de entuziasmul emoțional generat de scandalul mediatic, iar scandalul are nevoie de un public dispus să reacționeze emoțional, nu să se organizeze civic. Participarea la viața politică presupune în multe cazuri implicarea în bule de opinie ireconciliabile care pot fi înțelese ca niște construcții ale spațiului publici în care grupuri diferite de cetățeni consumă informații politice separate și își confirmă reciproc aceleași convingeri, ajungând să respingă ca nelegitime opiniile, faptele sau actorii politici din afara propriei perspective. În context politic, ele nu implică doar dezacord, ci imposibilitatea deliberării, deoarece pozițiile sunt susținute afectiv și identitar, nu supuse evaluării critice sau compromisului.

În această lucrare îmi propun să argumentez că efectul îngrijorător al existenței bulelor de opinie ireconciliabile, nu este atât imposibilitatea dezbaterii și dificultatea de a obține compromisul spre care țintește un mod decent de a face politică, ci iluzia că implicarea în scandal înseamnă a face politică.

2. Contextul politic românesc

România se confruntă cu o criză de reprezentare politică și cu o creștere a neîncrederii în instituții. Participarea electorală este scăzută, iar implicarea în partide, sindicate sau ONG-uri rămâne marginală. Dacă în alte țări cu tradiție democratică, sindicatele sunt percepute ca o componentă majoră a activismului social-politic, în România ele au mai degrabă o imagine controversată, de instituții care mimează implicarea socială și care se constituie oportunist, ca vehicule de presiune politică sub conducerea de decenii, a acelorași lideri. În același timp, rețelele sociale sunt pline de discurs politic, critici, *meme*, reacții și scandaluri virale. Partidele tradiționale se confruntă cu o criză majoră de legitimitate, pierzând încrederea electoratului și fiind percepute tot mai des ca fiind rupte de realitatea socială. Un sondaj INSCOP Research



realizat în perioada 25 octombrie - 2 noiembrie, 2025 arată că 30% dintre persoanele care locuiesc în mediul urban și 49% dintre locuitorii din mediul rural ar vota cu AUR dacă în duminica viitoare ar avea loc alegeri parlamentare (Petrescu 2025). În privința alegerilor parlamentare, scrutinul din 2024 a însemnat o prezență la vot mai mare decât cea din 2020 (52,50 față de 34,97) ceea ce pare să indice o creștere a interesului public pentru politică, însă credem că participarea publică la viața politică nu este definită numai de prezența la vot (AEP, 2024), (AEP, 2020).

Pe acest fond, asistăm la o explozie a discursului politic pe rețelele sociale, unde opiniile se multiplică rapid, adesea nefiltrate și dominate de emoții puternice. Acest mediu amplifică dezorientarea publicului, care nu mai are repere clare despre ce înseamnă implicarea politică autentică. În loc de participare organizată, mulți cetățeni adoptă forme superficiale de angajament — comentarii, distribuiri, indignare — fără o ancorare în acțiune reală.

Așa cum arătam mai sus, anularea turului doi al alegerilor prezidențiale a generat un val de nemulțumire și neîncredere, iar rezultatele ulterioare ale alegerilor au arătat un refuz masiv al partidelor tradiționale, captând surpriza atât a politicienilor, cât și a cetățenilor. (AEP, 2025) În turul întâi al alegerilor repetate, Crin Antonescu candidatul susținut de partidele tradiționale PSD, PNL și UDMR a obținut doar poziția a treia cu 20,07 % din voturi fiind devansat cu mai mult de 80.000 de voturi de candidatul independent Nicușor Dan, care avea să și câștige funcția prezidențială.

Nici unul din candidații percepuți ca aparținând partidelor tradiționale nu a reușit să accedă în turul doi al celor două runde de alegeri prezidențiale organizate în România în 2024 și 2025. Merită amintit că primele trei partide în ordinea rezultatelor de la alegerile parlamentare, AUR, PSD și PNL au organizat în 2025 alegeri interne pentru desemnarea președintelui fiecare cu un candidat unic pentru funcția de președinte. Nu a existat competiție sau dezbateri de programe și idei în aceste alegeri interne, candidatul unic ilustrând mai degrabă o practică consacrată decât o coincidență. USR a reprezentat o excepție notabilă cu nouă candidați pentru funcția de președinte al partidului (Ofițeru 2025).

În paralel, campaniile electorale s-au mutat aproape integral în online, unde primează reacțiile emoționale, nu dezbaterile sau proiectele politice. Începând din octombrie 2024, Meta dar și Google au decis să limiteze drastic publicitatea electorală în spațiul UE (Meta a interzis-o complet) însă e prea devreme pentru a spune cum va influența acest lucru dezbaterile politice în România și dacă asta va contribui la consolidarea bulelor politice (Ș.A. 2025). În ansamblu, aceste dinamici conturează un peisaj politic în care orientarea spre scandal, emoție și spectacol a înlocuit sensul participării politice, iar cetățenii rămân tot mai dezorientați cu privire la rolul lor real în viața democratică. Această disonanță – activism digital intens și participare civică reală redusă – este definitorie pentru politica contemporană și indică trecerea de la participare autentică la o formă de pseudo-implicare.



3. Hobbyismul politic

În cartea sa *Politics is for Power*, Eitan Hersh descrie hobbyismul politic ca pe o formă de implicare care seamănă mai degrabă cu susținerea unei echipe sportive decât cu participarea reală la viața politică. Cetățeanul-hobbyist urmărește politica precum un „meciu”: consumă știri dramatice, reacționează emoțional, discută și comentează nu pentru a produce schimbare, ci pentru satisfacție personală — intelectuală, identitară sau afectivă (Hersch 2020, 5-16). În această metaforă, el este fan, nu actor. Se entuziasmează, se indignează, ține scorul, își apără tabăra, dar nu intervine în joc, nu are un plan sau o strategie pentru a-și atinge scopurile. Hobbyismul este o participare de suprafață, lipsită de responsabilitate și orientare strategică.

Hobbyismul politic este, în primul rând, orientat spre consum și nu spre acțiune: cetățeanul urmărește știri, scandaluri și comentarii politice ca pe un produs mediatic, fără intenția de a se implica în rezolvarea problemelor reale. El oferă gratificare emoțională instantanee, deoarece reacțiile de indignare, satisfacție sau entuziasm generate de competiția politică sunt imediate și nu necesită efort, creând impresia unei implicări intense.

În plus, hobbyismul nu presupune costuri reale: nu cere organizare, participare la ONG-uri, implicare comunitară sau asumarea unor responsabilități; totul se consumă rapid, comod și fără consecințe personale. Această practică produce o identitate politică puternică, dar lipsită de obiective clare, întrucât oamenii ajung să se definească prin tabăra lor, prin valorile declarate sau prin discursul lor online, fără a urmări schimbări concrete în societate.

În cele din urmă, hobbyismul înlocuiește implicarea politică reală cu exprimarea publică a emoțiilor și opiniilor, transformând politica într-un spectacol personal de reacții, nu într-un proces de acțiune orientată spre rezultate.

Activismul reprezintă opusul hobbyismului politic, pentru că se bazează pe implicare directă în schimbarea realității, nu pe consumul pasiv de știri sau opinii (Hersch, 2020, 18). Activistul se angajează în acțiuni concrete — fie că este vorba despre organizare comunitară, voluntariat sau participare la procese decizionale — cu scopul clar de a influența politici, instituții sau comportamente. Spre deosebire de hobbyist, activistul își asumă efort și risc personal: își dedică timp, resurse și energie, iese din zona de confort și își asumă responsabilitatea pentru rezultatele acțiunilor sale. În acest sens, activismul nu se exprimă prin indignare online sau prin comentarii, ci prin participare efectivă.

La baza activismului stă ideea că puterea în politică se câștigă prin acțiune, nu prin reacție emoțională. Schimbarea apare atunci când oamenii se organizează, mobilizează și pun presiune asupra instituțiilor — nu când doar urmăresc, analizează sau dezbate pe margine. Activismul este, prin urmare, expresia matură a implicării politice, orientată spre rezultate și nu spre satisfacție personală. Eitan Hersh ne oferă în cartea sa, printre alte exemple, pe cel al lui Naakh Vysosky supranumit „the Ukrainian boss” (Hersch, 2020, 72-82). Naakh reprezintă un model de activist, organizator politic. Împreună cu soția lui, Klara, ei s-au implicat inițial în ajutorarea imigranților ruși din complexul de



apartamente din Boston, în care locuiau și ei. Inițial a fost vorba despre servicii de traducere apoi un ajutor mai consistent pentru obținerea cetățeniei. Naakh devine cunoscut atunci când, reușind să mobilizeze la vot în jur de o mie de rezidenți, îi oferă lui Brian Golden un ajutor decisiv în alegerile pentru Camera Reprezentanților Boston în 1998.

Privită prin lentila hobbyismului politic, politica românească devine un spațiu în care mulți cetățeni se simt activi doar prin exprimarea opiniilor, în special pe rețelele sociale. Conversația publică este dominată de indignare și reacții emoționale, nu de căutarea soluțiilor sau de implicare concretă.

În acest context, interesul pentru formele reale de participare — partide, ONG-uri, sindicate, întâlniri comunitare — scade vizibil, fiind percepute ca plictisitoare sau inutile. De exemplu, în timp ce mii de oameni comentează online despre direcția țării în timpul campaniilor electorale, doar o mică parte participă la întâlniri locale sau se implică în organizarea comunităților. Raportul pe 2024 al Fundației pentru Dezvoltarea Societății Civile privind sectorul neguvernamental constata:

Doar unul din cinci români crede că ONG-urile au o influență pozitivă asupra vieții lor, deși 46% cred că organizațiile influențează pozitiv viața celor pe care îi ajută direct... O problemă însemnată este existența unei categorii de cetățeni, între 10% și 20% din populație, care crede că ONG-urile au o influență negativă.

Voicu și col. 2024, 104-105

Această dinamică arată cum hobbyismul transformă participarea politică într-o activitate simbolică și emoțională, lăsând în plan secund schimbarea reală.

4. Industria indignării

Publicată acum mai mult de 10 ani, cartea: *The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility* de Jeffrey M. Berry și Sarah Sobieraj își propunea să descrie și să explice un nou gen și un nou tip de discurs care structurează comentariile și opiniile politice: *scandalul (outrage)*. Concluziile celor doi autori se prezintă astăzi mai actuale ca oricând. Fragmentarea audienței este și mai accentuată, iar o serie de cauze care se întrepătrund au consacrat scandalul și ca mod de a face politică. Este vorba de dezvoltări ale tehnologiei, dereglementare dar și de cauze economice și politice. În forma scandalului, politica devine seducătoare plină de dramatism și de emoție dar asta înseamnă să consumăm politica similar unui reality show sau unui sport. Conceptul de *outrage* (scandal) descrie un stil de comunicare mediatică agresiv, emoțional și polarizator, întâlnit în talk-show-uri, emisiuni radio, televiziune și, tot mai mult, în mediul online (Berry și Sobieraj 2014, 6-12). Acest gen de discurs se caracterizează printr-o puternică încărcătură emoțională, în special indignare și furie, menită să provoace reacții intense din partea publicului. Retorica este adesea agresivă, bazată pe insulte, discreditarea adversarilor și dramatizarea conflictelor politice, ceea ce favorizează o polarizare accentuată: lumea politică este prezentată în termeni simpliști,



de tipul „bine versus rău”, eliminând nuanțele și dezbateră rățională. În plus, discursul *outrage* utilizează frecvent hiperbole și teorii conspiraționiste, exagerând amenințările pentru a mobiliza emoțional audiența, transformând astfel politica într-un spectacol menit să fie consumat, nu analizat.

Așa cum explică autorii: „Ceea ce face scandalul (*outrage*) deosebit sunt tacticile utilizate în efortul de a provoca emoție” (Berry și Sobieraj, 2014, 7). Acest stil de comunicare are rădăcini în evoluția mass-mediei americane din ultimele decenii (Berry și Sobieraj 2014, 66-90). În perioada postbelică, peisajul media era dominat de rețelele ABC, CBS și NBC, care funcționau în baza unui model jurnalistic orientat spre obiectivitate, echilibru și responsabilitate publică. The Fairness Doctrine, instituită în 1949, obliga instituțiile media să prezinte puncte de vedere diverse, iar coerența narativă era menținută de faptul că întreaga populație consuma aceleași surse de informație (Stefon, 2025).

Situația s-a schimbat radical în anii '80, odată cu dereglementările promovate de administrația Reagan și eliminarea Fairness Doctrine în 1987 (Ronald Reagan Presidential Library). Acest moment a deschis calea apariției unui număr tot mai mare de programe cu un pronunțat caracter editorializat, centrate pe opinii puternice și polarizatoare. În anii '90, talk-radio-ul conservator, popularizat de figuri precum Rush Limbaugh, a devenit un fenomen, iar apariția Fox News în 1996 a consacrat modelul televiziunii partizane, axate pe conflict și indignare. MSNBC și CNN au răspuns la rândul lor cu programe similare, consolidând modelul de jurnalism-opinie.

Avansul tehnologic al anilor 2000 și expansiunea internetului au accentuat și mai mult această tendință. Publicul s-a fragmentat, accesând o multitudine de surse alternative – bloguri, podcasturi, canale YouTube – care au permis proliferarea conținutului partizan și emoțional. Social media a amplificat fenomenul *outrage* prin algoritmi care favorizează conținutul controversat, capabil să genereze interacțiune rapidă. În acest context, consumatorii s-au retras treptat în bule informaționale, expunându-se aproape exclusiv perspectivelor care le confirmă propriile convingeri.

Cu această orientare spre nișe, canalele individuale de cablu își pot permite să jignească segmente ale pieței care nu reprezintă publicul lor țintă. De fapt, multe programe de televiziune prin cablu, emisiuni radio și bloguri livrează agenților de publicitate acest public nișat, în special prin programe inacceptabile, care sunt suficient de dramatice, distractive și șocante pentru a răzbate prin aglomerația câmpului suprapopulat de canale media.

Berry și Sobieraj, 2014, 17

Astfel, peisajul mediatic contemporan, dominat de fragmentare, competiție și logica vizibilității, a creat mediul perfect pentru dezvoltarea și extinderea culturii *outrage*, în care emoția devine motorul principal al comunicării politice.



5. Convergența dintre hobbyism și scandal

Hobbyismul politic și industria indignării nu sunt doar fenomene aflate în paralel, ci formează un ecosistem comun, în care fiecare îl alimentează și îl justifică pe celălalt. În logica hobbyismului politic, cetățeanul caută stimulare emoțională, sentimentul de a fi conectat la „miezul” politicii fără a depune efortul implicării reale. Scandalul furnizat de mass-media și de platformele digitale vine exact în întâmpinarea acestei nevoi: el condensează conflictul, personalizează vinovățiile și oferă momente de indignare intensă, ușor de consumat.

Această suprapunere funcționează pe câteva mecanisme predictibile:

- Recompensa emoțională imediată. Indignarea este rapidă, accesibilă și psihologic gratifiantă. Spre deosebire de activism, care necesită timp, coordonare și perseverență, hobbyismul bazat pe scandal oferă satisfacție instantanee – un comentariu, un *share*, un gest simbolic devin momente de eliberare afectivă. Transformarea cetățenilor în spectatori. Politica se mută în registrul divertismentului, iar cetățeanul nu mai este un actor, ci un consumator. Scandalul este montat ca un episod continuu, iar cetățeanul urmărește cu aceeași implicare superficială cu care ar urmări un serial, simțind că participă doar pentru că este expus la intensitate.
- Radicalizarea opiniilor. Logica viralizării favorizează reacțiile dure, simplificate, conflictuale. În locul reflecției critice, apar reacții rapide, polarizante. Fiecare scandal confirmă un narativ preexistent, iar consumatorul de hobbyism devine tot mai puțin deschis la dialog sau nuanțe.
- Iluzia participării. Cel mai puternic efect al convergenței este confuzia dintre reacție și acțiune. Indignarea exprimată online este percepută ca implicare politică autentică, deși nu schimbă instituții, nu generează organizații și nu produce presiune colectivă coerentă.

În ansamblu, scandalul oferă intensitatea emoțională care hrănește hobbyismul, iar hobbyismul oferă publicul permanent necesar menținerii scandalului. Această relație circulară transformă politica într-o experiență de consum, nu într-un proces democratic. Pericolul așa cum remarcă Eitan Heresh vine din faptul că

[...] cedăm puterea politică unor oameni care o doresc mai mult decât noi. Hobbyismul este o amenințare serioasă la adresa democrației pentru că îi îndepărtează pe cetățenii bine intenționați de la urmărirea puterii politice. Vidul de putere va fi umplut până la urmă.

Hersch, 2020, 9

În România, această convergență are efecte semnificative asupra funcționării democrației. Mai întâi, populismul devine mai eficient, fiindcă emoția radicală mobilizează mai repede decât argumentația rațională. Scandalurile repetate erodează încrederea în instituții, prezentate constant ca fiind incompetente sau corupte. Participarea civică reală – în partide, sindicate, ONG-uri sau inițiative locale – este inhibată: oamenii simt că „au făcut suficient” prin reacția online, fără a trece la organizare. Dialogul public se tran-



sformă într-o succesiune de confruntări, nu într-o negociere a soluțiilor. Eitan Hersh (2020, 138) atrage atenția că acest mod de a aborda politica va stimula din partea publicului un anumit tip de comportament al politicianului, care se vede astfel încurajat să recurgă la tehnicile scandalului. În plus, problemele structurale – de la infrastructură și educație, la politizarea administrației – sunt adesea eclipsate de scandaluri virale, care consumă atenția colectivă. Discuția despre politici publice și soluții este prea lungă pentru a putea fi abordată aici, însă dincolo de principii și dezvoltări teoretice există o nevoie acută de date reale de la care gândirea acestor soluții ar putea porni. Președintele României, Nicușor Dan, afirma la Summitul pentru Guvernanță Digitală 2025 de la Cotroceni:

Ai nevoie de o administrație care lucrează cu date, foarte important și ca să iei decizia și probabil că asta este, în perioada pe care am petrecut-o aici, asta a fost lucrul care m-a [...] nu știu dacă șocat e cuvântul, dar m-a deranjat cel mai tare că de multe ori informațiile pe care le primești din diferite zone sunt diferite sau diferă de la o lună la alta și nu e normal. Tocmai pentru că nu există o structură și o colaborare între instituții, astfel încât informațiile de care ai nevoie pentru a lua decizii să fie puse într-un mod structurat, organizat și stabil.

Petrescu 2025a

Este de exemplu destul de complicat de aflat date despre numărul membrilor partidelor politice din Romania, însă nu același lucru este valabil pentru Marea Britanie sau Germania (Burton și Tunnicliffe 2022; Statistia, [s.a]). Sondajele politice, percepute de multe ori ca instrumente de încredere pentru o imagine reală a vieții politice, au ratat câștigătorul primului tur al alegerilor prezidențiale din 2024 și sunt considerate mai degrabă mijloace de manipulare a opiniei publice (A. G., 2025).

În concluzie, hobbyismul și scandalul creează o formă de participare aparentă, în care oamenii cred că fac politică doar pentru că reacționează emoțional la ce văd în spațiul public. Pentru a ieși din această iluzie, avem nevoie de o cultură a activismului real, de mai multe oportunități de implicare civică, de educație politică practică și de instituții care funcționează transparent. Doar astfel indignarea poate deveni nu un motor al scandalului, ci un sprijin pentru responsabilitate pentru înțelegerea și practicarea democrației.

BIBLIOGRAFIE

- AEP, 2020. Alegeri parlamentare, 06 Decembrie 2020. Online. Disponibil la: <https://prezenta.roaep.ro/parlamentare06122020/romania-precincts>
- AEP, 2024. Alegeri parlamentare, 01 Decembrie 2024. Online. Disponibil la: <https://prezenta.roaep.ro/parlamentare01122024/>
- AEP, 2025. Alegeri prezidențiale - Tur 104 Mai 2025 . Online. Disponibil la: <https://prezenta.roaep.ro/prezidentiale04052025/pv/romania/results/>



- A. G., 2025. Scandal după noul sondaj din București. Drulă: „Ciprian, nu așa! Se folosește de sondaje, e urât.” Cum a reacționat PNL, 2025. *Digi24*. Online. Disponibil la: <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/politica/scandal-dupa-noul-sondaj-din-bucuresti-drula-ciprian-nu-asa-se-foloseste-de-sondaje-e-urat-reactia-unui-consilier-prezidential-3511569>.
- BERRY, Jeffrey M., SOBIERAJ, Sarah. *The Outrage Industry: Political Opinion Media and the New Incivility*. Oxford University Press, 2014.
- Burton, Matthew, Tunnicliffe, Richard, 2022. *Membership of political parties in Great Britain*. London: House of Commons Library, disponibil la: <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/sn05125/>
- HERSH, Eitan, 2020. *Politics Is for Power: How to Move Beyond Political Hobbyism, Take Action, and Make Real Change*, Simon & Schuster.
- OFIȚERU Andreea, 2025. Noul președinte al USR este Dominic Fritz. A câștigat alegerile interne cu 67% din voturile exprimate. Votul va fi validat la Congres. *Europa Liberă România*. Online. Disponibil la: <https://romania.europalibera.org/a/dominic-fritz-noul-presedinte-al-usr/33442054.html>
- OTOPEANU, Cristian, 2025. Nicușor Dan a recunoscut că România nu știe cine a fost în spatele alegerilor prezidențiale 2024 anulate de CCR. *Libertatea*. Online. Disponibil la: <https://www.libertatea.ro/stiri/nicursor-dan-a-recunoscut-ca-romania-nu-stie-cine-a-fost-in-spatete-alegerilor-prezidentiale-din-2024-anulate-de-ccr-dupa-ce-calin-georgescu-a-castigat-primul-tur-5536287>.
- PETRESCU, Ana, 2025. SONDAJ Ce partide votează românii în funcție de mediul în care trăiesc. Diferențe majore între votanții din rural și urban. *Digi24*. Online. Disponibil la: <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/social/sondaj-ce-partide-voteaza-romanii-in-functie-de-mediul-in-care-traiesc-diferente-majore-intre-votantii-din-rural-si-urban-3500753?grsc=cookieIsUndef0&grts=58813990&grua=a3f57bbe21c4e30379228ad7788f224d&grn=1>.
- PETRESCU, Ana, 2025a. Nicușor Dan e nemulțumit de lipsa colaborării între instituțiile statului. „De multe ori informațiile pe care le primesc sunt diferite”. *Digi24.ro*. Online. Available from: <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/politica/nicursor-dan-e-nemulțumit-de-lipsa-colaborarii-intre-institutiile-statului-de-multe-ori-informatiile-pe-care-le-primesc-sunt-diferite-3518333>.
- Ronald Reagan Presidential Library. "Chronology of Ronald Reagan's Presidency, 1979-89." <https://www.reaganlibrary.gov/archives/topic-guide/fairness-doctrine>
- STEFON, M. 2025. *Fairness doctrine*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Fairness-Doctrine>
- Statista, [s.a]. Political party member numbers Germany 2021. *Statista*. Online. Disponibil la: <https://www.statista.com/statistics/955444/political-party-members-numbers-germany/>.
- Ș.A., 2025. Reguli noi în UE pentru publicitatea electorală. Facebook și Instagram renunță la reclamele politice în Europa. Online. *Digi24*. Disponibil la: <https://>



www.digi24.ro/stiri/externe/ue/reguli-noi-in-ue-pentru-publicitatea-electoral-fb-si-instagram-renunta-la-reclamele-politice-in-europa-3450589

VOICU, Bogdan și col., 2024. *Sectorul neguvernamental: profil, tendințe, provocări*.
București: Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile.

© Radu Florin Pop, 2025. Acest articol este distribuit sub licența
Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY).