

La sphère publique et la démocratie contemporaine en Roumanie

Gelu SABĂU*

Abstract: *The present paper aims to explore the concept of public sphere as theorized by J. Habermas, and to examine to what extent this concept can be applied to the media realities of Romania. I tried to show, by characterizing the Eastern European media, what are the differences between the model of classic liberalism and the realities from Eastern Europe. In the last part of the paper I have tried to question the hypothesis drawn by the American professor P. Gross, according to which the economical liberalization of the mass-media may lead to the professionalization of the field and to the formation of a public sphere. I have pointed out some features which make the Romanian media highly incompatible with such a hypothesis.*

Keywords: *eastern Europe society, public sphere, Jurgen Habermas, media market, mass-media, Peter Gross.*

Le concept de sphère publique chez Jurgen Habermas

Tout le monde parle aujourd'hui, d'une manière qui est à peu près devenue clichée, que dans une société démocratique la presse est « le quatrième pouvoir de l'état », ou que la presse joue le rôle de « gardien » de la démocratie. Toutes ces expressions relèvent le rôle que la presse doit avoir dans une société démocratique, celui de sanctionner les abus que le pouvoir politique tend, d'une manière inhérente, à commettre. Le travail *La*

* Université Hyperion de Bucarest, Faculté de Journalisme

sphère publique et sa transformation structurelle, du philosophe allemand Jürgen Habermas, a contribué en bonne mesure à consacrer une telle syntagme sur le rôle de la presse dans une démocratie¹. Dans cet article je vais essayer d'aborder d'une manière critique cette perspective sur le phénomène média, en faisant des références spécialement aux réalités existantes dans la société roumaine contemporaine.

La sphère publique, dans le sens que Habermas lui donne, est constituée par la totalité des opinions des individus qui, dans leur qualité des personnes privées, peuvent exprimer leur point de vue sur les problèmes d'intérêt public. Les opinions personnelles doivent accomplir deux conditions pour faire partie de la sphère publique: 1) elles doivent être soutenues rationnellement; et 2) elles doivent appartenir à des personnes autonomes, c'est à dire des personnes indépendantes de l'appareil du pouvoir de l'état².

Le procès de rationalisation de la vie publique en Europe commence dans le XVIII-ème siècle, étant strictement lié à l'émergence de la nouvelle classe de la bourgeoisie. Les bourgeois, qui possèdent des propriétés, sont ceux qui soutiennent l'autonomie de la vie privée. A travers l'économie capitaliste, ils soutiennent les échanges commerciaux dans des conditions d'égalité et la consolidation des règles d'activité sociale qui sont indépendantes des autorités politiques³. La forme de prédilection sous laquelle la raison publique se manifeste initialement est le salon littéraire, qui représente une modalité d'exercer l'opinion et le jugement esthétique sous la forme de l'argument rationnel. Avec le temps, la sphère publique acquiert des dimensions politiques, dans le moment où la pratique de l'argumentation rationnelle devient un exercice autonome. Habermas souligne les effets de la création d'une sphère publique sur les pratiques sociales: 1) la communication sociale commence à ignorer le statut social de l'individu. On prend en considération de plus en plus l'autorité des argumentes et l'égalité des valeurs face à la hiérarchie sociale; 2) on discute

¹ Le livre est apparu en Allemagne en 1962. Il a été traduit un roumain par Janina Ianoși, avec le titre *Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societății burgheze*, Editura Comunicare.ro, București, 2005.

² J. Habermas souligne les conditions de l'appartenance à la sphère publique: « acquérir les attributs de l'autonomie privée qui définissent la personne en tant que propriétaire et personne cultivée. » (J. Habermas, *op. cit.*, p. 135).

³ « La nature de la fonction proprement dite (de la sphère publique) ne peut être déterminée que sur la base d'une analyse globale de cette phase d'évolution de la société bourgeoise, à savoir la phase dans laquelle les échanges de marchandises et le travail social sont émancipés de manière décisive de la tutelle des directives étatiques. » (*Ibidem*, p. 123).

publiquement des sujets qui étaient jusque-là, l'apanage des autorités de l'état ou des autorités ecclésiastiques; et 3) les sujets de discussion ne sont plus réservés uniquement à un certain public, ils sont potentiellement ouverts pour tout le monde. Toutes ces transformations se produisent dans la mesure où la raison gagne le terrain devant la hiérarchie sociale, devant les coutumes et devant la tradition¹.

Telles sont les raisons pour lesquelles la sphère publique apparaît comme une catégorie du monde moderne, étroitement liée au développement de l'économie capitaliste et à l'émergence de la bourgeoisie. Habermas estime que le développement de la sphère publique (avec les critères nécessaires pour que l'individu puisse accéder à ce statut – la propriété, respectivement l'instruction) n'est garanti que dans les conditions formulées par les hypothèses de l'économie libérale classique (Jeremy Bentham ou Adam Smith): 1) l'individu se comporte selon le principe de maximisation des profits, dans les conditions de la garantie de la libre concurrence, la seule qui peut assurer la stabilité du marché; 2) la société correspond au modèle atomisé – il s'agit des petits producteurs égaux parmi eux, où aucun n'a des privilèges et ne domine pas le marché par monopole; 3) dans ces circonstances, le marché fonctionne selon la loi sur l'offre et la demande, loi qui va maintenir toujours un certain équilibre sur le marché².

La logique du marché qui s'impose progressivement à la société réduit l'arbitraire du pouvoir politique, dominant dans la société prémoderne, et la raison devient un instrument qui contribue à l'élaboration des lois et des procédures d'exercice du pouvoir, créant ainsi l'état de droit. « La loi qui doit être respectée par l'exécutif et par la justice doit être contraignante pour tous de la même manière; en principe, elle ne doit admettre aucune dérogation, ni aucun privilège. Ainsi, les lois de l'état correspondent aux lois du marché : ni les uns, ni les autres ne font aucune exception par rapport aux citoyens ou par rapport aux personnes privées. »³

C'est avec l'émergence de l'économie capitaliste et la rationalisation de la vie publique que l'opinion publique s'empare sur le politique, par le « tribunal de la raison » qu'elle constitue. « Parce que le pouvoir politique „est exposée aux multiples tentations”, l'exercice de ce pouvoir nécessite un contrôle permanent de l'opinion publique; le caractère public des débats parlementaires assure „la surveillance du public”, d'un public dont la

¹ *Ibidem*, p. 86.

² *Ibidem*, pp. 135 – 136.

³ *Ibidem*, p. 130.

capacité critique est évidente: dans son ensemble, *the public*, *le corps publique*, constitue un complet de jugement d'une valeur supérieure à celle de l'ensemble des tribunaux réunis »¹. Cela est possible dans le cadre d'un système politique représentatif, tout en lui donnant le caractère contraire d'un régime absolutiste. Le libéral français François Guizot souligne avec éloquence ces caractéristiques du régime démocratique: « le caractère du système est celui qui n'admet pas la légitimité du pouvoir absolu et qui oblige les citoyens à chercher sans cesse et à toute occasion la vérité, la raison et la justice, qui doivent régler le pouvoir de fait. C'est exactement ce qui fait le système représentatif: 1. par les débats, il oblige les pouvoirs à chercher en commun la vérité; 2. par la publicité, il apporte sous les regards des citoyens les pouvoirs occupés avec cette recherche; 3. par la liberté de la presse, il amène les citoyens à chercher la vérité et la présenter au pouvoir »². C'est d'ici que résulte l'importance du rôle que la presse joue dans une démocratie et la signification extraordinaire de la liberté d'expression pour un régime démocratique.

Si le phénomène du développement de la sphère publique apparaît avec l'essor de la classe sociale bourgeoise, le bon citoyen de la démocratie libérale, celui qui constitue la société civile, doit ressembler au bon bourgeois. La société civile est composée d'individus autonomes, qui connaissent et défendent leurs intérêts de manière rationnelle et qui accomplissent une fonction critique, essentielle pour le fonctionnement d'une société démocratique: « Les citoyens d'une démocratie doivent désirer et être capables (en étant informés, capables de raisonner et disposant d'une certaine éloquence) d'assumer la responsabilité pour la vie publique, c'est à dire, de s'y impliquer dans une certaine mesure, qualité et manière, qui dépendent de leur choix. Ils doivent être des êtres libres, sociaux, éthiques et moraux. La dimension morale et éthique constituent les semences de la société civile »³. Ces sont donc les conditions requises pour les bons citoyens dans une société démocratique: qu'ils soient des gens libres – dans le sens d'avoir la capacité d'utiliser dans une manière autonome leur raison et de décider dans certains problèmes, en fonction leur propre conscience – et qu'ils aient une certaine liberté sociale qui peut être soutenue par la propriété privée. La dimension éthique et morale, qui consiste à connaître

¹ *Ibidem*, p. 149 – 150.

² Fr. Guizot, *Histoires des origines du gouvernement représentatif en Europe*, p. 10, *apud* J. Habermas, *op. cit.*, p. 151.

³ P. Gross, *Mass-media și democrația în țările Europei de Est (Mass-media et la démocratie dans les pays de l'Europe de l'Est)*, Editura Polirom, Iași, 2004, p. 29.

l'intérêt général et à savoir distinguer entre le bien et le mal, sur la base d'arguments moraux, est également essentielle au fonctionnement de la société civile.

Même si la dimension éthique est « le noyau de la société civile », elle ne peut se manifester sans l'accès à l'instrument privilégié par lequel l'opinion publique est formée : les médias.

Les métamorphoses de la sphère publique et les critiques de ce concept

En commençant par son travail dans lequel il théorise le concept de la sphère publique, J. Habermas observe la transformation que subit la sphère publique avec l'entrée de la presse dans l'époque commerciale: « conformément au modèle libéral de la sphère publique, les institutions du publique *raisonneur* étaient protégées des immixtions du pouvoir publique par le fait qu'elles se trouvaient dans les mains des personnes privées. Du fait de leur commercialisation et de leur concentration en termes économiques, technologiques et organisationnels, ces institutions se sont solidifiées au cours des dernières centaine d'années, sous la forme des complexes de grande pouvoir sociale, si bien que le seul fait de les garder dans les mains privées est ce qui menace, à bien des égards, les fonctions critiques de la publicité »¹. Autrement dit, avec le développement économique et technologique des médias, les intérêts privés commencent à interférer avec les intérêts politiques, d'où la possibilité que la presse devienne un instrument dans les mains des hommes politiques et des hommes d'affaires pour promouvoir leurs propres intérêts. D'où le rôle différent de la presse dans la sphère publique: si, initialement, la presse offrirait à des personnes privés la possibilité d'exprimer publiquement leurs opinions, maintenant les jugements des personnes qui constituent le publique sont façonnés par les professionnelles des media². La presse devient ainsi un instrument important dans un nouveau domaine d'activité qui apparaît au début du XX-ème siècle: *public relation*. La tâche principale du PR, au niveau de la société, est de crée un consensus (en ce qui concerne un produit, une organisation ou une idée etc.), par le fait de stimuler une fausse conscience, selon laquelle les individus ont l'impression qu'en

¹ J. Habermas, *op. cit.*, p. 238.

² *Idem.*

« utilisant leur raison, ils contribuent d'une manière responsable à la formation de l'opinion publique »¹. En fait, les individus ne font rien d'autre que donner leur assentiment à des décisions qui ont été déjà prises. Ainsi, Habermas le dit sans détour : dans l'ère commerciale, la sphère publique se transforme, elle regagne ses « traits féodaux »².

Il y a aussi d'autres auteurs, tels que John Keane³ ou James Curran⁴, qui critiquent également le point de vue libéral sur le phénomène des médias. Tous les deux critiquent les monopoles financiers sur le marché des médias ; la manière dont certains intérêts privés exercent une influence sur l'état, en utilisant le pouvoir des médias⁵ ; le fait que les monopoles financiers rendent plus difficile l'accès sur le marché de nouveaux acteurs⁶ ; ou le fait que le marché libre des médias ne conduit pas d'une manière nécessaire à la liberté d'option, tout simplement parce que le désir d'obtenir une large audience conduit à la duplication des émissions et des *TV shows* de succès⁷. On peut aussi remarquer que les programmes de divertissement sont stimulés par la concurrence commerciale et deviennent de plus en plus présents⁸. Ensuite, on peut remarquer que le modèle des médias libéraux est aussi, lui même, le résultat de la projection d'un paradigme idéal, voire utopique, dans le sens qu'il part de l'image d'un marché où la concurrence se déroule selon les lois inhérentes au marché, le marché étant considéré un modèle « d'honnêteté, vérité et intégrité »⁹. En fait, souvent cette image ne correspond pas à la réalité.

La perspective de Peter Gross

Le professeur américain d'origine roumaine, Peter Gross, surprend très bien, dans son travail *Mass-media et la démocratie dans les pays de*

¹ *Ibidem*, p. 244.

² *Ibidem*, p. 245.

³ J. Keane, *Mass-media și democrația (Mass-media et la démocratie)*, Institutul European, Iași, 2000.

⁴ J. Curran, „Mass-media și democrația: o reevaluare (Mass-media et la démocratie : une réévaluation)”, D. Pop, *Mass-media și democrația (Mass-media et la démocratie)*, Polirom, 2001, pp. 221 – 254;

⁵ J. Curran, *op. cit.*, pp. 226 – 227; J. Keane, *op. cit.*, pp. 61 – 62.

⁶ J. Curran, *op. cit.*, p. 233; J. Keane, *op. cit.*, p. 67.

⁷ J. Curran, *op. cit.*, p. 232.

⁸ J. Curran, *op. cit.*, p. 235; J. Keane, *op. cit.*, p. 73.

⁹ J. Keane, *op. cit.*, p. 51.

l'Europe Orientale, traduit en roumain aux éditions Polirom¹, les particularités que la presse acquiert dans l'espace démocratique post-totalitaire de l'Europe orientale. Il s'agit d'abord d'une relation étroite entre les partis politiques et la presse. Ce lien « ombilical » trouve son explication, en particulier dans la structure des partis politiques post-communistes: les nouveaux dirigeants de la plupart des partis politiques sont des intellectuels et, par conséquent, ils sont extrêmement sensibles à des messages transmis par la presse. Ensuite, les programmes politiques des partis sont assez vagues, mais hyper-idéologisés. L'explication probable consiste dans une prolongation de l'héritage communiste et le manque de pragmatisme des nouveaux partis politiques. La plupart des partis post-communistes (sauf, peut-être, ceux qui ont hérité directement le Parti Communiste – le cas du Front de la Sauvegarde Nationale, en Roumanie) présentent, généralement un déficit organisationnel. D'où le lien étroit des partis politiques avec la presse, lien qui pourrait combler un tel déficit².

Un autre trait commun aux media dans les pays post-communistes est donné par « l'absence d'un consensus sur le paradigme journalistique »³. Autrement dit, les journalistes ne peuvent s'accorder sur leur propre statut et le rôle de leur profession dans la société. Ce désaccord est en bonne mesure une conséquence du lien étroit entre les partis politiques et les médias. Le fait peut avoir un impact négatif sur la guilde professionnelle: les journalistes sont incapables de solidarité professionnelle, incapables d'appliquer les codes déontologique qu'ils ont adoptés. Les codes déontologiques deviennent ainsi une lettre morte. Les journalistes ne peuvent plus tolérer les différences entre eux; ils ne se considèrent plus des collègues de guilde, mais plutôt des opposants, parce qu'ils ont des sympathies politiques différentes. Le comportement des politiciens se transpose dans le comportement des journalistes⁴.

P. Gross considère qu'il est possible de renforcer la presse de l'Europe orientale par l'obligation d'imposer les principes commerciaux qui régissent la presse occidentale et par le fait de la soustraire aux liens politiques: « l'absence du consensus persiste encore, car qu'il n'y pas des médias commerciaux consolidés, bien délimités des forces politiques, et parce que les médias commerciaux ne sont pas soutenus strictement par les règles du

¹ Edition originelle publiée en USA, sous le titre *Entangled Evolutions: Media and Democratization in Eastern Europe*, en 2002.

² P. Gross, *op. cit.*, p. 55.

³ *Ibidem*, p. 134.

⁴ *Ibidem*, p. 142.

marché pour exister. Les mass-media authentiquement commerciaux pourraient contrebalancer les forces politiques, en créant une nouvelle culture politique formatrice. De plus, orientés vers la logique du marché, les médias auraient tendance à respecter les pratiques professionnelles. De tels les médias formeraient une élite capable de contribuer à la redéfinition des valeurs et des pratiques journalistiques, ou, en moins, de fournir des pratiques plus compétitives ».¹

P. Gross estime que le fonctionnement général du marché des médias est étroitement lié aux critères professionnels. D'où la confiance qu'il a dans le marché libre: « L'affirmation que les médias à but lucratif ne fournissent pas, par leur nature, des comptes crédibles, doit être à son tour réexaminée. Les média commerciaux qui perdent leur crédibilité, même s'ils sont distrayantes et sensationnels, perdent finalement leur profit et risquent la faillite »². Si nous tenons compte du fait que ce travail a été écrit autour des années 2000 et qu'après les choses ont bien évolués dans la direction préconisée par P. Groos – dans le sens que le marché est de plus en plus dominé par les acteurs privés concurrents et que les critères commerciaux sont ceux qui s'imposent – nous pouvons bien nous demander si la confiance que P. Gross accorde au marché est pleinement justifiée. Est-ce que la libéralisation du marché a produit une professionnalisation de la guilde des journalistes, telle que P. Gross le prévoyait?

Tout d'abord, il faut le dire, le développement du marché a produit un fort effet mimétique, en particulier dans le domaine de la télévision. Cela se remarque, par exemple, dans l'évolution de la grille de la télévision publique, depuis la création de la chaîne de télévision Pro TV³, la chaîne commerciale la plus forte à l'époque. Le phénomène s'est ensuite manifesté par la manière dans laquelle plusieurs télévisions – même des télévisions d'infos – ont réussi à intégrer le modèle d'audience de succès promu par le post de télévision OTV, conduit par Dan Diaconescu. Le phénomène est connu dans le langage populaire sous le nom d' « otévisation ». Aujourd'hui le phénomène du mimétisme peut être prouvé par la manière dont une émissions de succès détermine l'implémentation, par imitation, du même type d'émission, par une télévision concurrente. Voir, par exemple, les

¹ *Ibidem*, p. 135.

² *Ibidem*, p. 199.

³ « après 1996, (TVR1) a simplement abandonné les obligations culturelles et éducatives et a promu, mimétiquement, sans une stratégie claire, les programmes commerciales. » (M. Coman, *Mass-media în România post-comunistă [Mass-media dans la Roumanie post-communiste]*, Polirom, 2003, p. 98).

émissions spectacle « Les roumains ont du talent » ou « La Voix de la Roumanie » diffusées par les chaînes concurrentes Pro TV et Antena 1.

Ensuite, l'imposition du jeu du libre marché, dont les résultats sont mesurés par un seul critère, celui de l'audience, a conduit les médias roumains envers une forte tendance à promouvoir les émissions de divertissement dans les grilles de programme des différentes télévisions. Par exemple, aux cours des années 2000 – 2001, les premiers 10 places dans le top des audiences ont été occupés par la transmission des matches de football et par deux émissions de divertissement¹. Cette tendance s'est accrue après les années 2000. Outre la promotion des émissions de divertissement dans les grilles des programmes des télévisions généralistes, nous assistons également à l'émergence des nouveaux chaînes de divertissement: Acasă TV, Kanal D, Antena Star etc. Selon l'observation du professeur Mihai Coman, « pour le publique autochtone la télévision est perçue comme le principal producteur et distributeur de divertissement »².

Nous pouvons en déduire, non seulement que les média roumains sont tombés dans la tentation d'imiter les tabloïds londoniens, comme le signalait P. Gross³, mais ils ont même réussi à dépasser ce modèle. Le marché libre a imposé, du moins jusqu'à présent, une tendance envers la de-professionnalisation des médias.

Le professeur américain a exprimé sa confiance dans la capacité du marché à professionnaliser la domaine mass-media dans les conditions de séparation des médias de l'influence politique. Mais P. Gross ne tient pas compte du scénario, qui s'est révélé ultérieurement plus vraisemblable, selon lequel le développement du marché peut se produire en parallèlement à la préservation, voire à l'accentuation de l'influence de la politique sur les médias. C'est en effet le scénario qui semble avoir été réalisé en Roumanie après les années 2000⁴. C'est connue l'expérience du gouvernement de Adrian Năstase (2000 – 2004), lorsque certains journaux ou certains institutions de presse recevaient des subventions masqués sous la forme des

¹ M. Coman, *op. cit.*, p. 112.

² *Idem.*

³ Sauf cet avertissement, on remarque le ton optimiste du professeur américain: « En bref, les médias commerciaux de l'Europe de l'Est sont libres et totalement argumentatifs (même s'ils ne sont pas toujours objectifs), sauf le cas que la norme soit les tabloïds de Londres. » (P. Gross, *op. cit.*, p. 198).

⁴ M. Coman, *op. cit.*, p. 88.

contractes de publicité pour les sociétés d'état¹. Après l'arrivée au pouvoir du président Traian Băsescu et, particulièrement après la première tentative de suspension de sa fonction de président (2007), la presse commence à jouer de plus en plus le rôle du pouvoir politique. Au lieu d'être un critique du pouvoir politique, la presse joue le rôle d'allié ou d'opposant au pouvoir, c'est à dire que la presse prend un rôle proprement dit politique². Ce lien étroit entre la politique et les médias (plus étroit que dans les années 1990 – 2000) peut être facilement prouvé, aussi, par l'existence de deux partis parlementaires roumaines qui doivent leur existence à deux chaînes de télévision: le Parti du Peuple - Dan Diaconescu – parti fondé et soutenu dans les studios de la télévision OTV – et le Parti Conservateur, qui arrivait à maintenir sa position parlementaire grâce à des alliances politiques obtenues en échange de la promotion électorale des partis importantes (PSD) par la télévision détenue en propriété par le membre fondateur du parti. Il est difficile à imaginer que ces deux partis puissent obtenir 5% des suffrages dans les conditions des candidatures indépendantes et sans le soutien explicite d'une chaîne de télévision.

Tous cela nous montre que le scénario imaginé par P. Gross, dans lequel le marché libre laissé à agir selon ses propres lois produira une professionnalisation de la presse, n'est plus arrivé en Roumanie après les années 2000. L'hypothèse optimiste, dans laquelle la presse essaie de remplacer le manque d'une société civile, a été peut-être plausible au début des années 90. Le scénario, dans lequel la presse a réussi à créer une sphère publique, au sens habermassien du terme, nous semble plus éloigné de la réalité. Cela nous montre que la presse ne peut être plus qu'un simple miroir de la réalité. Dans l'absence d'une classe sociale essentielle pour la démocratie (une classe moyenne, qui pourrait jouer le rôle que la

¹ Par exemple, en 2001 – 2002, les journaux *Ziua* ou *Curierul Național* ont bénéficié des contrats généreux de plusieurs compagnies d'état: Transgaz, CFR Marfă, SNCFR, Aeroport Otopeni, Poșta Română, etc. (voir M. Coman, *op. cit.*, pp. 94 – 95).

² Voir l'analyse des relations que la presse entretient avec le pouvoir politique après 1989, dans S. Bocancea, « Mass-media și puterea politică în România post-comunistă. Forme ale unor relații anormale (Mass-media et pouvoir politique dans la Roumanie post-communiste. Formes de relations anormales) », dans D. Șandru & S. Bocancea (coord.), *Mass-media și democrația în România post-comunistă (Mass-media et la démocratie dans la Roumanie post-communiste)*, Institutul European, 2011, pp. 97 – 113. Il y a trois types des relations, considérées comme anormales pour une société démocratique: *la presse du pouvoir politique* (dans les années 90), *la presse sous le pouvoir politique* (pendant le gouvernement de A. Năstase) et *la presse en tant que pouvoir politique* (pendant la période du président T. Băsescu et après).

bourgeoisie a joué dans le XVIII-ème et XIX-ème siècle), l'idéal de la sphère publique démocratique reste intangible. Par conséquent, le rôle de la presse « de gardien de la démocratie », rêvé et propagé par les idéologues du libéralisme comme idéal universel, reste encore un idéal noble, mais loin de la réalité.

Bibliographie

1. COMAN, Mihai, *Mass-media în România post-comunistă (Mass-media dans la Roumanie post-communiste)*, Editura Polirom, Iași, 2003.
2. GROSS, Peter, *Mass-media și democrația în țările Europei de Est (Mass-media et la démocratie dans les pays de l'Europe de l'Est)*, trad. M. Iordan, Editura Polirom, Iași, 2004.
3. HABERMAS, Jurgen, *Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societății burgheze (La sphère publique et sa transformation structurelle. Étude sur une catégorie de la société bourgeoise)*, trad. J. Ianoși, Editura Comunicare.ro, București, 2005.
4. KEANE, John, *Mass-media și democrația (Mass-media et la démocratie)*, trad. A. Doica, Institutul European, Iași, 2000.
5. POP, Doru (ed.), *Mass-media și democrația (Mass-media et la démocratie)*, Editura Polirom, Iași, 2001.
6. ȘANDRU, Daniel & BOCANCEA, Sorin (coord.), *Mass-media și democrația în România post-comunistă (Mass-media et la démocratie dans la Roumanie post-communiste)*, Institutul European, Iași, 2011.