

PUNCTUL DE VEDERE EUROPEAN VS. PUNCTUL DE VEDERE NAȚIONAL ÎN DISCURSUL ȘI PRACTICILE JURNALISTICE

MIRELA LAZĂR*

ABSTRACT

THE EUROPEAN POINT OF VIEW VS THE NATIONAL POINT OF VIEW IN JOURNALISTIC DISCOURSE AND PRACTICE

This study approaches, from a constructivist perspective, the degree of “Europeanization” of journalistic discourse and practice in relation to the coverage of European Union-related themes.

Built on the analysis of the media streams in which the “European” information is produced, the study highlights the processes of “transnationalization” and “nationalization” carried out by journalists when dealing with Community news and the constraints related to journalistic routines in different professional environments.

The dominance effect of certain national frameworks of interpretation in journalistic fields represents a barrier for the emergence of a unified “European space”. However, this does not prevent journalists from continuing to create and give meaning, through an exercise of representation, to the “European Union” as a media topic.

Keywords: Europeanization, framing, transnationalization, European journalism.

PREMISELE CERCETĂRII

Acest studiu are ca punct de plecare două etape de cercetări, întreprinse în cadrul proiectului „Adequate Information Management in Europe” (2004–2007), care a reunit echipe de cercetători din 11 țări europene¹. Cercetările empirice la care ne referim au utilizat metode calitative, precum interviul semidirectiv de profunzime și observație participată (în mediile de lucru), cu scopul de a defini rolurile și logicile diferitelor structuri organizaționale, ancorate în câmpuri

* Address correspondence to Mirela Lazăr: miralayar05@yahoo.com. Autoarea este conferențiar univ. la Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării.

¹ Belgia, Estonia, Finlanda, Franța, Germania, Irlanda, Italia, Lituania, Marea Britanie, Norvegia, România. Vezi <http://www.aim-project.net/indexd708.html?id=3>

jurnalistice și politice naționale specifice, în acoperirea informației despre Uniunea Europeană.

Interviurile au fost realizate atât cu jurnaliști din redacțiile unor publicații și televiziuni naționale (8 pentru partea românească, vezi *Anexa 1*), selectați după criteriul poziției ocupate în ierarhia posturilor și al responsabilităților în privința acoperirii tematicii referitoare la Uniunea Europeană, cât și cu corespondenți ai mediei naționale, acreditați pe lângă instituțiile europene de la Bruxelles (9 repodenți, în cazul României², vezi *Anexa 2*).

Aceștia au fost solicitați să-și spună opiniile cu privire la procedurile și rutinele de lucru în stabilirea agendei de știri europene, la *background*-ul lor profesional, la modul în care își percep audiențele, la emergența unei „identități europene” și a unui „spațiu public european”.

Ipotezele de lucru au privit contextualizarea culturală și organizațională a operațiilor de selectare și interpretare a mesajelor referitoare la tematica UE³.

În general, „subiect UE” este pentru public unul birocratic, tehnic și plictisitor, iar tratarea lui de către mass-media este lipsită de profunzime și de detalieri. Raritatea dezbaterilor publice despre afacerile europene, despre proiectul european comun este asociată de analiști cu un deficit structural de comunicare, la rândul lui pus în relație cu abordările teoretice privind existența/non-existența/funcționarea defectuoasă a unui „spațiu public european”.

Fără îndoială că mass-media, prin acoperirea (atenția acordată) subiectului, prin conținuturi/puncte de vedere, influențează reprezentările despre UE și procesul de integrare. Modul în care „Uniunea Europeană” este construită și relatată în mass-media depinde în mod esențial de mediul în care operează jurnalistul.

*
* *

Premisa teoretică adoptată în acest studiu se înscrie în paradigma constructivistă și se raportează la construirea imaginii sociale „entitatea europeană” (unificarea europeană în reprezentări/legitimarea unui punct de vedere „european” asupra realității europene) în discursuri și practici profesionale actualizând caracteristicile contractuale ale comunicării mediatice (vezi P. Charaudeau, 1997) – interacțiunile dintre surse și public, perspectivele (cadrele) interpretative ale evenimentelor.

Perspectiva de lucru este analiza palierelor de producere a informației despre UE și a tipurilor de discurs adoptate de jurnaliștii intervievați, pentru a înțelege modul în care aceștia construiesc posibilități de „europenizare” în câmpul lor.

² Liana Ionescu, Mirela Lazăr, *A relata de la Bruxelles despre Uniunea Europeană. Cazul României* în Mirela Lazăr, coord., *România și integrarea europeană. Logici și rutine jurnalistice*, București, Editura Ars Docendi, 2008, p. 138–157.

³ Mirela Lazăr coord., *op. cit.*, p. 64.

COMUNICAREA INFORMAȚIEI COMUNITARE PRIN INSTITUȚIILE UE

Procesul comunicării informației despre UE poate fi descris ca desfășurându-se în trei pași: sursele instituționale ale UE – prin canale formale și informale – către corespondenții acreditați la Bruxelles, corespondenții către redacțiile din țară, jurnaliștii din redacții către audiențele naționale. Fiecare dintre aceste paliere reprezintă locuri, cu trăsături specifice, de producere a informației ce comportă efecte asupra rutinelor jurnalistice și, prin urmare, asupra cadrelor discursive.

În termeni referențiali comuni, „Uniunea Europeană” trimite la sistemul politic și instituțional comunitar, „un complex de instituții birocratice care sunt prea îndepărtate de cetățeni și înclinate să manipuleze” (Rodica Culcer, televiziunea publică, p. 117⁴). „Vorbim despre instituții, bărbați în costume negre sau gri, care intră și ies din instituții și care discută despre lucruri abstracte și despre decizii care uneori durează săptămâni, luni, ani” (Oana Lungescu, corespondent BBC, p. 190).

Instituțiile europene nu constituie un bloc și nu oferă o informație monolitică. Informația este complexă, sursele se suprapun. „Comisia Europeană se declară transparentă, este de altfel singura care organizează un punct de presă cotidian. Este, de asemenea, cea care disimulează cea mai multă informație și care pozează în victima neînțelegerii la nivelul cetățenilor de câte ori apare un nou scandal. Comisia privilegiază scurgerile de informații, prin organizarea de *briefing*-uri secrete pentru ziariști bine selecționați și scoaterea de documente secrete atunci când te aștepti mai puțin” (Mihaela Gherghișan, corespondent RFI-România, p. 175). „Parlamentul este cel mai transparent, vorbăreț și sincer” (*ibidem*). „Parlamentul European este instituția cea mai deschisă. Parlamentarii europeni vorbesc întotdeauna *on the record* și spun întotdeauna ce gândesc. Sunt provocatori, acesta este interesul lor, de a fi în presă, de a fi intervievați, de a fi citați. Însă, de foarte multe ori, ceea ce spun îi reprezintă numai pe înșiși. Consiliul UE este o instituție mult mai secretă, în care deciziile se iau în spatele ușilor închise și foarte puțin se comunică în mod oficial. (...) Comunicarea cu Consiliul este mult mai dificilă, nu există un singur mesaj” (Dana Spinanț, corespondent PRO TV, p. 203). „Consiliul de miniștri aplică strategia de comunicare guvernamentală a fiecărui stat membru: ceva transparență, dar pentru presa națională a fiecărei delegații.” (M. Gherghișan, p. 175).

Logica de lucru a instituțiilor se regăsește în stilul lor de comunicare. Registrul discursului folosit de purtătorii de cuvânt de la Comisia Europeană este unul tehnic (discurs de expertiză). „Majoritatea răspunsurilor sunt de procedură,

⁴ Interviuurile cu jurnaliștii din țară și corespondenții români la Bruxelles au fost publicate în Mirela Lazăr, coord., *România și integrarea europeană. Logici și rutine jurnalistice*, București, Editura Ars Docendi, 2008. După fiecare citat din aceste interviuri nu vom mai repeta titlul cărții, considerându-l implicit, ci vom indica paginile corespunzătoare numelui jurnalistului respectiv.

deoarece Comisia, nefiind o instituție politică, fiind o instituție mai mult birocratică, nu poate comenta sau răspunde la foarte multe teme, subiecte, întrebări, care sunt cu caracter politic” (D. Spinanț, p. 203). „Un mare obstacol este și limbajul foarte specializat al oficialilor europeni. Comunicatele care vin de la UE (de la Comisie în special, mai puțin de la Parlament) sunt extrem de «lemnoase»” (Magdalena Anghel, corespondent TVR, p. 161). Mai puțin în perioadele de criză, Comisia nu este un furnizor de puncte de vedere conflictuale cu privire la procesele decizionale politice. „Nu poate merge mai departe de linia oficială a instituției și nu se poate lansa în comentarii care ar putea fi percepute ca provocatoare în unele țări” (D. Spinanț, p. 203).

PRACTICI JURNALISTICE CONVERGENTE ÎNTR-UN CONTEXT TRANSNAȚIONAL

Concentrați într-un perimetru restrâns al Bruxelles-ului, unde lucrează cu instituțiile, corespondenții acreditați pe lângă instituțiile europene trăiesc în mediul social și intelectual al surselor lor (Baisnée, 2007a). Ei ajung astfel să privească și să analizeze procesele politice europene prin aceiași „ochelari” ca și instituțiile (Baisnée, 2007b, p. 32). „Comisia încearcă să fie mai deschisă și mult mai structurată, ca să îl ajute și chiar să îl dirijeze pe jurnalist către o anume acoperire a subiectelor europene.” (D. Spinanț, p. 203). Perioada de „socializare” la Bruxelles le creează reflexul profesional și cunoștințele necesare pentru a acționa ca un „corespondent al UE” (Baisnée, 2007b, p. 32). „Ceea ce realizezi când vii corespondent la Bruxelles este că te miști într-o lume a profesioniștilor de presă. Și acest lucru implică o mare responsabilitate față de felul cum absorbi informațiile, cum le redai, și cum ți le însușești ca *background*.” (Gabriela Langada, corespondent Radio România Actualități, p. 177–178).

Mediul transnațional bruxellez al informației îi familiarizează pe jurnaliști cu un set de practici distincte de cele obișnuite în mediul profesional național din care aceștia provin (Mancini et al., 2007, p. 127), pentru a nu menționa aici decât regulile care reglementează interacțiunea între surse și jurnaliști, acel „cod informal al comunicării” (*ibidem*, p. 128), în care se trece de la canalele oficiale de acces la informație, la cele neoficiale de la sursele oficiale la cele confidentiale. „Trebuie să fii prietenos. Multe informații se bazează pe aceste relații de prietenie” (Sonia Rusu, corespondent TVR, p. 196). „Sfidarea cu care se confruntă fiecare corespondent, și cu care m-am confruntat și eu, a fost stabilirea de contacte relevante. (...) Poți să stabilești multe contacte, Bruxelles este un loc foarte profesional și oamenii sunt foarte deschiși, dar selectarea unei rețele de contacte care este relevantă, cu cei care îți pot aduce informația care te interesează, care investesc încredere în tine, care îți dau informația când ai nevoie și îți explică ce ai nevoie când vrei tu, acesta a fost lucrul care m-a ajutat cel mai mult în munca mea ulterioară” (D. Spinanț, p. 199).

Acest mediu cere din partea jurnaliștilor o „ajustare la particularitățile cadrării transnaționale a relatărilor despre UE, familiarizarea cu o nouă cultură a comunicării politice – înțelegerea ierarhiei surselor și experimentarea diferitelor forme de tratare” (Mancini et al., 2007, p. 127). „E important ca un jurnalist să înțeleagă mecanismul instituțional, legislativ, să înțeleagă interesele geostrategice ale țărilor, deci un fel de politică europeană și internațională” (Dan Luca, corespondent „Adevărul de Cluj”, p. 187). „Deja, în mod informal, toți corespondenții de presă care au o anumită experiență la Bruxelles încep să facă parte dintr-un anumit model de jurnalism european. Asta înseamnă adoptarea unui limbaj specific, a unui mecanism de funcționare specific și a unui sistem de interrelaționare cu instituțiile și cu reprezentanții instituțiilor. Jurnaliștii de aici împărtășesc o cultură jurnalistică europeană: cutume, valori. Jurnaliștii care se ocupă de instituțiile europene sunt cu un pas înainte în înțelegerea integrării europene, față de alți jurnaliști” (Dragoș Tăbăran, corespondent TVR, p. 211).

Pe de altă parte, acest mediu favorizează și practici de colaborare între jurnaliști pentru că informația comunitară în sine nu constituie, de regulă, un *scoop* pentru redacțiile mediei naționale. „Relația este foarte bună între presa de la Bruxelles. Nu e o competiție, de fapt, între cei 3 000 de ziariști. Ei discută, pentru că sunt multe lucruri tehnice și e bine să ai colegi, să te ajuți. (...) Deja jurnaliștii de la Bruxelles formează o echipă și sunt ambasadori foarte buni ai UE” (D. Luca, p. 187).

CONDIȚIONĂRI EDITORIALE ȘI PROFESIONALE NAȚIONALE

În ciuda relativei omogenizări a practicilor jurnalistice, pe care Bruxelles-ul ca loc de socializare a corespondenților o favorizează, rămân divergențele de proceduri legate, pe de o parte, de poziția statelor membre în ierarhia comunitară, iar pe de altă parte, de caracteristicile culturilor profesionale naționale, de structura piețelor media interne, de spațiul social național, în care se produce consumul informației despre UE. „UE nu este un club transparent și nici un bun comunicator, iată marea constrângere. Pentru un corespondent, va fi cu atât mai greu să ajungă la informația reală (și nu cea frumos ambalată în conferințele de presă), cu cât el nu aparține presei engleze, franceze sau germane, acestea fiind naționalitățile privilegiate de sursele de la Bruxelles” (M. Gherghișan, p. 175). „Există un fond comun, cu anumite reguli comune pentru toți ziariștii... Dar, pe de altă parte, există foarte multe diferențe culturale între țări și chiar între regiuni. Unele țări merg mai mult pe jurnalismul de bârfe, de fapte diverse de la Bruxelles, pe când alte tipuri de jurnalism merg mai mult pe analiză. Anumite țări se concentrează numai pe știri legate de țara lor, cum ar fi Marea Britanie sau Franța, iar alte tipuri de jurnalism național sunt mai deschise la știri legate de ceea ce se petrece în UE și e important, de exemplu Germania” (D. Spinanț, p. 205).

Jurnaliștii acreditați la Bruxelles primesc simultan un cadraj „european” (instituțional) asupra actualității comunitare, prin purtătorii de cuvânt ai comisarilor europeni, și unul național, prin purtătorii de cuvânt ai reprezentanților naționali în Consiliul UE.

La rândul lor, ei încearcă să propună redacțiilor din țară o informație cu vocație „europeană”, prin mediatizarea sistemului decizional transnațional al UE, cu reverberații asupra întregului spațiu comunitar, asupra tuturor cetățenilor UE. „UE este o organizație reglementată de reguli de funcționare foarte tehnice și procedura de luare a deciziilor este foarte complicată și alambicată. Și îmi este teamă să spun că redacția mea, ca majoritatea redacțiilor din România și chiar din lume, nu este informată suficient. Toți corespondenții au aceeași problemă” (D. Spinanț, p. 202). Ei tind să se desprindă de o tratare prea instituțională a informației („Dacă scrii numai opinia instituțiilor, e un articol «de lemn». Lemn european, dacă pot spune așa” – D. Luca, p. 184), păstrând totuși substanța mizelor „europene” ale activității instituțiilor.

Abordarea „europeană”, în viziunea corespondenților, ar trebui să ofere o înțelegere a dinamicilor politice, sociale și economice europene mai largă decât o permite cadrul național. Tratarea jurnalistică însă, care pornește, de obicei, de la un referent socialmente împărtășit, este „problematică”, în cazul în care vizează un punct de vedere „european” asupra informației despre UE (vezi Baisnée, Marchetti, 2004, p. 35). Pentru că, opinează unii analiști, „în ciuda proclamărilor retorice, UE nu posedă cultură, nici identitate transcendentă și comună, analoge culturilor și identităților naționale ale statelor care o compun” (Schlesinger, 1997, p. 369–391, în Baisnée, Marchetti, 2004, p. 35). Iar corespondenții, dincolo de experiențele transnaționale ale socializării lor – creuzet al unor practici „europenizate” –, rămân tributari tradiției profesionale, culturale, politice naționale. Corespondentul este „o proiecție a unei realități naționale într-un teritoriu străin” (Balçytienė, Leppik, Lönnendonker, 2007, p. 20). „Eu sunt un european care îmi trag rădăcinile din România.” (D. Luca, p. 187).

Correspondenții lucrează, prin urmare, cu o perspectivă hibridă, între cadrulul transnațional (din care trebuie să dea sens unei agende de interes potențial pentru majoritatea statelor și a cetățenilor UE) și cel național, pentru că redacțiile din țară au exigențe și așteptări în privința lor. „Nu e numai ce face jurnalistul la fața locului. Este și comanda editorului de acasă, care lucrează și el sub presiunile lui.” (O. Lungescu, p. 191). „Evident că scriem și despre subiectele mai generale, cum ar fi noul concept de politică europeană, piața muncii în UE” (Daniela Filipescu, corespondent „Adevărul”, p. 165). „Principala constrângere, ceea ce îngreunează activitatea mea, este faptul că publicul din România nu este interesat de marile subiecte de pe agenda UE. Sunt obligată să scriu foarte mult despre ce se întâmplă cu România, pentru România, fondurile pentru România, politica față de România ș.a.m.d.” (Daniela Filipescu, corespondent „Adevărul”, p. 166).

Gradul de relativă autonomie de care se bucură în termeni organizaționali înseamnă pentru corespondenți recunoașterea expertizei lor și a bunei lor poziționări în sistemul producerii/comunicării informației europene. „*Challenge*-ul este mare din start, pentru că ești un fel de tribună pentru colegii din țară, pentru presa din țară” (G. Langada, p. 179). „În țară e greu de perceput Bruxelles-ul (...). Tu trebuie să faci aici prima «digestie», ca să dai știrea, analiza, comentariul, pentru a doua «digestie», în țară” (D. Luca, p. 184).

CULTURA JURNALISTICĂ NAȚIONALĂ, SISTEM DE REFERINȚĂ ÎN RELATAREA DESPRE UE

Logicile de funcționare a câmpului mediatic național reclamă selecția și tratarea informației „europene” pornind de la categorii de percepție naționale. „Ni se pune des întrebarea: «Ce implicații are subiectul pentru România?». Prin urmare, pe cât posibil, selectăm subiecte în care să putem face, fie și forțat, o oarecare legătură cu România.” (Irina Cristea, redactor al Paginii de Integrare europeană, „Jurnalul Național”, p. 97). În punctul de vedere național, UE capătă semnificație în cadrul identităților naționale. „Jurnaliștii sunt responsabili față de publicul național, nu față de un public european – care este un construct teoretic” (R. Culcer, p. 117).

Pentru jurnaliștii din redacțiile din țară, cadrajul național este înscris în regulile de bază ale jurnalismului. „Nu există jurnalism european; există doar cadrare națională a tematicii UE, în funcție de interesele audienței naționale. De aceea, nu trebuie uitat că datoria jurnaliștilor este față de publicul lor, nu față de instituțiile UE” (R. Culcer, p. 116).

Cadrajul de rutină al știrilor despre UE se face prin prisma „relevanței naționale”, a „interesului național”. În mediile de calitate, acest tip de cadrare favorizează referința la agenda politică internă („La urma urmei, toată politica este locală.” – R. Culcer, p. 116), iar în cele populare abordarea consumeristă a audienței. „Jurnaliștii pot face foarte mult, în măsura în care și oficialii înțeleg că interesul publicului nu se poate menține prin comunicate oficiale. Mai ales în cazul unei televiziuni comerciale, oficialii trebuie să înțeleagă faptul că traducerea informațiilor pe «limba» publicului este esențială.” (Gabriela Popescu, directorul Departamentului de știri Pro TV, p. 126). „După părerea mea, subiectele despre UE, care îi interesează pe telespectatorii noștri, sunt cele care au un impact imediat asupra vieții lor, cum ar fi prevederile sociale, deciziile legate de afaceri și agricultură” (Oana Matei, producător și director al redacției de știri internaționale Pro TV, p. 130).

TERITORIUL „EUROPEAN” ÎN CADRELE DISCURSIVE

Un exercițiu de construire mediatică a unui punct de vedere „european” asupra actualității UE (cu gradul de artificialitate care i se poate reproșa acestui demers – vezi Le Bart, 2004) se poate traduce la nivelul:

1. selecției evenimentului – prin valorizarea unui eveniment intrinsec „european”, trimitând la UE în dimensiunea sa instituțională, geografică, sociologică, culturală (I. Cristea: de exemplu, Directiva Bolkestein, p. 97);

2. creării unui cadru de enunțare „european” prin citarea discursurilor unor „europeni” (funcționari, politicieni etc.) care utilizează grile de lectură transnaționale/europene sau prin discursurile jurnaliștilor înșiși atunci când se detașează de logica strict națională în comentarii.

„Europeanizarea” punctelor de vedere înseamnă o distanțare față de cadrul național în argumentație și în analiză.

Pentru captarea interesului publicului popular, în tratarea evenimentelor „europene”, se recurge (printr-o „dezinstituționalizare a știrilor”) la latura anecdotică a unor subiecte (I. Cristea: „mărimea castraveților și gradul de curbură al bananelor sau cantitatea optimă de cacao din ciocolată”, p. 97) sau la cea conflictuală („sămânța de scandal”, accidente etc.), în care exemplele („povești europene” bazate pe interesul uman) să suscite identificări din partea publicului. „Este nevoie ca *story*-urile despre UE să fie coborâte în viața reală și traduse pentru interesul telespectatorului” (G. Popescu, p. 124).

Exercițiul de reprezentare/construire a unui „spațiu european” în cadrele discursive ale jurnaliștilor este o întreprindere dificilă și puțin pertinentă, în opinia unor cercetători (vezi G. Garcia și V. Le Torrec, 2003).

DISCURSURI PROFESIONALE

În funcție de rolurile pe care jurnaliștii și le atribuie vizavi de audiențe, de cadrele de interpretare a realității „europene” cu care lucrează, de mediul în care operează, putem defini câteva tipuri de discurs, care alimentează imaginarul profesional al acestora și justifică anumite practici.

Discursul transnațional (*cosmopolitan discourse*, la Heikkilä și Kunelius, 2006) este centrat mai ales pe responsabilitatea jurnalistului de a explica/interpreta pentru public mecanismele de funcționare a UE (rolul de interpret competent). Este un discurs de natură să favorizeze o atitudine pozitivă față de integrarea europeană, practicat de o parte dintre corespondenți, dar și de unii jurnaliști specializați în tematica UE din mediile de calitate. „Încerc ... să creez știri despre ceea ce există important în UE ... și să explic cât mai clar și cât mai profesionist cu putință

publicului românesc. (...) E nevoie de un interes deosebit și de curiozitate pentru temele de interes ale UE. Curiozitatea și dorința de a promova ceea ce se întâmplă bun în UE. Pentru că există foarte multe subiecte privind UE, dezvoltarea UE, dar care nu sunt preluate nici măcar de corespondenții ziarelor de prestigiu din țările UE” (D. Filipescu, p. 170–171).

Un discurs care plasează tematica UE într-o cadrare națională este cel clasic (*classical professionalism*, cf. Heikkilä și Kunelius, 2006), referința comună a majorității jurnaliștilor. „Problemele UE devin din ce în ce mai importante, dar numai în măsura în care sunt legate de interesele României. La urma urmei, toată politica este locală” (R. Culcer, 116). Jurnaliștii se percep ca mediatori ai informației europene. „În majoritatea articolelor pe care le scriu mă consider un mediator și un educator” (Maria Toader, redactor de știri externe „Jurnalul Național”, p. 103). Mediatorul își poate asuma deseori și rolul de educator, în sensul în care „explică precum un profesor” (cf. Hahn et al. 2006: 72) ceea ce publicul nu cunoaște.

Într-un alt tip de discurs (*secular discourse*, cf. Heikkilä și Kunelius, 2006), cadrarea prin care Uniunea Europeană capătă sens pentru audiență este utilitatea directă și imediată a informației pentru cetățeni (e vorba de consum, nu de politici), despre conectarea cu viața cotidiană a oamenilor, într-o viziune aparent apolitică, departe de actorii și de problematica instituțională, presupuse a nu fi de interes pentru audiență. Tematica selectată privește interesul consumatorului din UE (comparații privind prețurile, taxele, oportunități de muncă și de studii în țări ale UE etc.). Este discursul adoptat de jurnaliștii de la televiziunea comercială și de la ziarele populare, care se văd în rolul de mediator, facilitând transmiterea informației de la sursa europeană spre public, un discurs „orientat spre piață”, care caută rezonanța cu așteptările audienței.

Dominante, pe ansamblul jurnaliștilor intervievați în cercetare, rămân tipurile de discurs încadrate național. Chiar dacă există ingrediente conceptuale în discursul unora dintre jurnaliști în direcția unei rețele de comunicare transnaționale, realizarea ei efectivă (într-o perspectivă constructivistă identitară) este improbabilă, având în vedere puternicele condiționări de tip național.

*
* *

Ca loc de producere a știrilor despre UE, „Bruxelles-ul” creează premisele unui „jurnalism european”, generându-și propriile rutine și favorizând convergențe între diferitele culturi ale comunicării politice din care provin corespondenții.

Se poate vorbi, astfel, de „europenizare” la nivelul practicilor jurnaliștilor specializați în afacerile UE, independent de rutinele naționale, dar nu și de „europenizare” în procesarea informației, care rămâne, în mod esențial, dependentă de punctul de vedere național.

ANEXA 1

Lista jurnaliștilor din redacțiile naționale intervievați la momentul cercetării:

Irina Cristea, cotidianul național „Jurnalul Național”, redactor al Paginii de Integrare europeană, redacția de știri externe;
 Maria Toader, cotidianul național „Jurnalul Național”, redactor de știri externe;
 Marinella Dohi, ziarul tabloid „Libertatea”, redactor de știri;
 Laurențiu Nistorescu, ziarul local „Renașterea Bănățeană”, redactor de știri;
 Rodica Culcer, televiziunea publică TVR, directorul Departamentului de știri;
 Liviu Popescu, televiziunea publică TVR, redactor-șef adjunct al Departamentului de știri;
 Gabriela Popescu, televiziunea comercială PRO TV, directorul Departamentului de știri;
 Oana Matei, televiziunea comercială PRO TV, producător și director al redacției de știri internaționale.

ANEXA 2

Lista corespondenților intervievați la Bruxelles la momentul cercetării:

Magdalena Anghel, corespondent, Televiziunea Română (TVR);
 Daniela Filipescu, corespondent (colaborator), cotidianul „Adevărul”;
 Mihaela Gherghișan, corespondent (colaborator), RFI-România (redactor-șef EUexpands.com);
 Gabriela Langada, corespondent, Radio România Actualități (Societatea Română de Radiodifuziune);
 Dan Luca, corespondent (colaborator), cotidianul local „Adevărul de Cluj” (Director PR, EurActiv.com);
 Oana Lungescu, corespondent BBC-Serviciul Român (corespondent regional european, BBC World Service);
 Sonia Cristina Rusu, corespondent, Televiziunea Română (TVR);
 Dana Spinanț, corespondent (colaborator), PRO TV (redactor-șef European Voice);
 Dragoș Tăbăran, corespondent, Televiziunea Română (TVR).

BIBLIOGRAFIE

1. AIM RESEARCH CONSORTIUM (ed.), *Reporting and Managing European News*. Final Report of the Project „Adequate Information Management in Europe”, Bochum/Freiburg, Projekt, 2007.
2. BAISNÉE, OLIVIER, *Les journalistes accrédités auprès de l'Union européenne : correspondants à l'étranger ou généralistes spécialisés ?* în „Réseaux”, 2002, nr. 111, p. 101–162.
3. BAISNÉE, OLIVIER, *Un impossible journalisme européen* în „Hermès” 35, 2003, p. 145–151.
4. BAISNÉE, OLIVIER, *Le corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne. Une comparaison franco-britannique* în Marchetti, Dominique (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Presses Universitaires de Rennes, 2004, p. 153–175.
5. BAISNÉE, OLIVIER, *En être ou pas: Les logiques de l'entre soi à Bruxelles*. „Actes de la Recherche en sciences sociales”, 2007a, p. 110–121.
6. BAISNÉE, OLIVIER, *Understanding EU News Production Logics: Norms, Channels and Structures of Reporting Europe from Brussels* în AIM Research Consortium (ed.), *Reporting and Managing European News*. Final Report of the Project „Adequate Information Management in Europe”, Bochum/Freiburg, Projekt, 2007b, p. 25–43.

7. BAISNÉE, OLIVIER, MARCHETTI, DOMINIQUE, *La production de l'information européenne. Le cas de la chaîne paneuropéenne d'information Euronews* în Marchetti, Dominique (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Presses Universitaires de Rennes, 2004, p. 27–52.
8. BALČYTENĖ, AUKSĖ, LEPIK, TANJA, LÖNNENDONKER, JULIA, *Introduction* în AIM Research Consortium (ed.), *Reporting and Managing European News*. Final Report of the Project „Adequate Information Management in Europe”, Bochum/Freiburg, Projekt, 2007, p. 11–24.
9. CHARAUDEAU, PATRICK, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997.
10. GARCIA, GUILLAUME, LE TORREC, VIRGINIE (eds), *L'Union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*, Paris, L'Harmattan, „Cahiers politiques”, 2003.
11. HAHN, OLIVER, LEPIK, TANJA, LÖNNENDONKER, JULIA, *The Case of Germany* în AIM Research Consortium (ed.), *Understanding the Logic of EU Reporting in Mass Media. Analysis of EU Media Coverage and Interviews in Editorial Offices in Europe*, Bochum, Projektverlag, 2006, p. 67–82.
12. HEIKKILÄ, HEIKKI, KUNELIUS, RISTO, *Journalists Imagining the European Public Sphere: Professional Discourses about the EU News Practices in Ten Countries*, în „Javnost – The Public”, Vol. 13, 2006, nr. 4, p. 63–80.
13. IONESCU, LIANA, LAZĂR, MIRELA, *A relata de la Bruxelles despre Uniunea Europeană. Căzul României* în Lazăr, Mirela, coord., *România și integrarea europeană. Logici și rutine jurnalistice*, București, Editura Ars Docendi, 2008, p. 138–157.
14. LAZĂR, MIRELA, *Informație europeană – cultură jurnalistică națională* în Lazăr, Mirela, coord., *România și integrarea europeană. Logici și rutine jurnalistice*, București, Editura Ars Docendi, 2008, p. 64–66.
15. LAZĂR, MIRELA, coord., *România și integrarea europeană. Logici și rutine jurnalistice*, București, Editura Ars Docendi, 2008.
16. LE BART, CHRISTIAN, *L'invention du lecteur européen. La revue de presse européenne d'Alex Taylor sur France Inter* în Marchetti, Dominique (dir.) (2004), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Presses Universitaires de Rennes, 2004, p. 203–229.
17. MANCINI, PAOLO, ALLERN, SIGURD, BAISNÉE, OLIVIER, BALČYTENĖ, AUKSĖ, HAHN, OLIVER, LAZĂR, MIRELA, RAUDSAAR, MART, *Context, News Values and Relationships with Sources – Three Factors Determining Professional Practices of Media Reporting on European Matters* în AIM Research Consortium (ed.), „Reporting and Managing European News”. Final Report of the Project „Adequate Information Management in Europe”, Bochum/Freiburg: Projekt, 2007, p. 117–153.
18. MARCHETTI, DOMINIQUE (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Presses Universitaires de Rennes, 2004.
19. SCHLESINGER, PHILIP, *From Cultural Defence to Political Culture: Media, Politics and Collective Identity in the European Union* în „Media, Culture and Society”, vol. 19, 1997, p. 369–391.

