

UNIUNEA EUROPEANĂ, UN TREND ÎN DERIVĂ?

*O analiză a discursului mediatic
și a perspectivei tinerilor*

OANA ȘTEFĂNIȚĂ

Tehnoredactor: CRISTIAN LUPEANU

Ilustrație copertă: DIANA DUMITRIU, *Togetherness*

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin Editurii COMUNICARE.RO.

Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

Editura COMUNICARE.RO

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice

Str. Povernei, nr. 6

010643 București

România

www.edituracomunicare.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

ȘTEFĂNIȚĂ, OANA

Uniunea Europeană, un trend în derivă?: O analiză a discursului mediatic și a perspectivei tinerilor / Ștefăniță Oana. – București: Comunicare.ro, 2016

Conține bibliografie

ISBN 978-973-711-563-8

341.217(4) UE

Cuprins

Lista figurilor și tabelelor / 7

Introducere / 9

PARTEA ÎNTÂI. Europeanizarea – perspective și evoluții

- I. Procesul europeanizării – delimitări conceptuale / 17
- II. Viziuni cu privire la dezvoltarea Uniunii și politici de comunicare. Factori care contribuie la susținerea europeanizării / 22
- III. Sfera publică – de la național la european. Sfera publică națională europeanizată și implicațiile la nivelul societății / 25
- IV. Atitudini față de Uniunea Europeană și procesul europeanizării. Aspecte problematice și efecte ale crizei europene / 34
- V. Considerații finale / 40

PARTEA A DOUA. Identitatea europeană – de la construct la asumare

- I. Identitatea – delimitări conceptuale / 45
- II. Identitate națională, identitate europeană – conflict sau complementaritate? / 49
- III. Conceptul de identitate europeană / 53
- IV. Modele ale identității europene – identitatea europeană culturală, civică, instrumentală / 63
- V. Instrumente și circumstanțe care influențează sentimentul de identitate europeană / 71
- VI. Considerații finale / 76

PARTEA A TREIA. Media – roluri și atribuții în procesul de europeanizare

- I. Instrumente mediatice în susținerea europeanizării / 81
- II. Încadrarea mediatică – definirea cadrajelor și a efectelor aferente / 89

- III. Impactul media asupra interesului cetățenilor și a sentimentului de apartenență la comunitatea europeană / 100
- IV. Discursul mediatic europeanizat și limitele acestuia. Aspecte contradictorii și piedici în procesul de europeanizare / 107
- V. Considerații finale / 112

PARTEA A PATRA. Uniunea Europeană – de la discursul media la agenda cetățeanului. Pași spre o identitate europeană

- I. Argument / 117
- II. Aspecte metodologice / 118
- III. Analiza activității mediatică și a influenței cadrajelor în procesul de europeanizare a sferei publice naționale și de creare a unei identități europene (2013 & 2014) / 130
- IV. Analiza interesului tinerilor pentru problematica europeană, a locului UE pe agenda conversațiilor interpersonale și a asumării unei identități europene / 167
- V. Concluziile cercetării / 230
- VI. Limitele cercetării și direcții viitoare / 241

Considerații finale / 243

Anexe / 251

Bibliografie / 263

Lista figurilor și tabelelor

- Tabelul 1. Mediile cadrajelor generice și specifice (2013) / 141
- Tabelul 2. Mediile cadrajelor generice și specifice (2014) / 156
- Figura 1. Domeniul știrii (2013) / 131
- Figura 2. Subiectul știrii (2013) / 131
- Figura 3. Ponderea știrilor legate de UE (2013) / 132
- Figura 4. Ponderea știrilor legate de UE pe fiecare portal (2013) / 132
- Figura 5. Distribuția domeniilor știrilor legate de UE (2013) / 133
- Figura 6. Subteme legate de UE (2013) / 134
- Figura 7. Evoluția vizibilității știrilor despre UE în luna martie 2013 / 135
- Figura 8. Evoluția vizibilității știrilor despre UE pe fiecare portal, în luna martie 2013 / 136
- Figura 9. Media numărului de vizualizări pentru știrile legate de UE pe fiecare portal (2013) / 137
- Figura 10. Prezența actorilor în cadrul știrilor legate de UE (2013) / 139
- Figura 11. Prezența actorilor UE în cadrul subiectelor europene (2013) / 139
- Figura 12. Actori interni, actori UE, actori internaționali non-UE (2013) / 140
- Figura 13. Persoane, instituții, țări (2013) / 140
- Figura 14. Cadrele generice în luna martie 2013 / 142
- Figura 15. Cadrele generice în luna martie 2013, pe ziare.com / 143
- Figura 16. Cadrele generice în luna martie 2013, pe hotnews.ro / 144
- Figura 17. Cadrele specifice în luna martie 2013 / 144
- Figura 18. Domeniul știrii (2014) / 145
- Figura 19. Subiectul știrii (2014) / 146
- Figura 20. Ponderea știrilor legate de UE (2014) / 146
- Figura 21. Ponderea știrilor legate de UE pe fiecare portal (2014) / 146

- Figura 22. Distribuția domeniilor pentru știrile legate de UE (2014) / 147
- Figura 23. Subteme legate de UE (2014) / 148
- Figura 24. Subteme legate de UE pe fiecare portal (2014) / 148
- Figura 25. Evoluția vizibilității știrilor despre UE (2014) / 149
- Figura 26. Evoluția vizibilității știrilor despre UE pe fiecare portal (2014) / 150
- Figura 27. Medie număr vizualizări pentru știri legate de UE pentru fiecare portal (2014) / 151
- Figura 28. Prezența actorilor în cadrul știrilor legate de UE (2014) / 152
- Figura 29. Actori UE (2014) / 153
- Figura 30. Actor UE pe fiecare portal (2014) / 153
- Figura 31. Actori interni, actori UE, actori internaționali non-UE (2014) / 155
- Figura 32. Actori interni, actori UE, actori internaționali non-UE pentru fiecare portal (2014) / 155
- Figura 33. Cadraje generice (2014) / 156
- Figura 34. Cadraje generice pe ziare.com (2014) / 157
- Figura 35. Cadraje generice pe hotnews.ro (2014) / 157
- Figura 36. Cadraje specifice (2014) / 158
- Figura 37. Cadraje specifice pe ziare.com (2014) / 159
- Figura 38. Cadraje specifice pe hotnews.ro (2014) / 159

Introducere

Uniunea Europeană se confruntă cu provocări constante care în ultimul timp par a testa însăși consistența și viabilitatea Uniunii. Nedeapășirea unor astfel de praguri ar putea aduce chiar eșecul demersurilor europene. Criza euro este una dintre cele mai importante provocări curente întrucât solicită măsuri prompte și amenință unul dintre pilonii care stau la baza proiectului și anume uniunea economică. UE este nevoită să identifice soluții și pentru deficitul democratic și pentru cel de comunicare pentru a dobândi legitimitate în plan politic și a beneficia de acordul cetățenilor în demersurile viitoare. Uniunea nu poate face pașii următori spre definirea unei identități comune, spre o uniune politică, fără a deveni un proiect al cetățenilor și nu doar al elitelor. Tendințele îngrijorătoare de organizare a unor referendumuri de părăsire a Uniunii, culminate cu Brexit-ul care poate avea un efect de domino, trag un semnal de alarmă. Uniunea Europeană are nevoie de unitatea sa politică pentru a face față provocărilor globale și a acționa ca un tot, ca un actor singular, iar comunicarea și considerația față de cetățeni sunt componente cheie.

Consolidarea unor sfere publice naționale europenizate, a unei identități europene pot susține eforturile Uniunii de a instituționaliza soluții politice comune, proceduri și, uneori, angajamente foarte scumpe cum sunt cele privind situația Greciei. Există deci un interes crescut pentru formarea unei identități europene care să asigure un fundament, o bază care să permită acceptarea mai ușoară a sacrificiilor făcute în vederea evoluției. Un proiect european trainic care să se bucure de susținerea cetățenilor are nevoie de existența unui atașament față de un viitor comun sau a unui sentiment de afiliere la comunitatea europeană. În acest sens, rolul media în procesul de europenizare și de susținere a formării unei identități europene devine esențial. Media au datoria de a crește vizibilitatea subiectelor europene, de a oferi o contextualizare europeană, de a promova actorii europeni și de a asigura baza informațională necesară dezbaterii și implicării cetățenilor în discuții, ajutând astfel la consolidarea procesului de europenizare și la transcenderea sferei publice parohiale.

Uniunea nu mai poate rămâne doar un proiect la nivelul elitelor, mai ales în contextul crizei actuale, care are efecte dintre cele mai concrete asupra cetățenilor. Nemulțumirea generală cu privire la Uniunea Europeană vine din lipsa unui control popular direct, cetățenii simțind că nu iau parte la luarea deciziilor, la conturarea propriului viitor. Situația economică modelează și ea atitudinile față de procesul democratic, față de satisfacția cu privire la modul de funcționare a Uniunii, evaluările și opiniile cetățenilor fiind influențate de natura costurilor și beneficiilor care decurg din statutul de stat membru al Uniunii. Astfel, atitudinile față de UE pot include sentimente de afiliere la identitatea europeană, sentimente de reticență, de teamă cu privire la influența europenizării în planul culturii naționale, reacții față de performanța și funcționarea democratică a instituțiilor europene, față de aspectele utilitariste ale integrării, aceste atitudini fiind modelate de încadrările mediatice și determinând creșterea sau retragerea sprijinului pentru viitorul Uniunii (a se vedea Krouwel & Abts, 2007; Vliegthart *et al.*, 2008; Boomgaarden *et al.*, 2011).

În acest context, volumul de față vizează implicarea media în procesul de europenizare a sferei publice naționale și în susținerea formării unei identități europene în paralel cu determinarea locului UE pe agenda conversațiilor interpersonale, a interesului cetățenilor pentru tematica europeană și a modului în care aceștia înțeleg și experimentează sentimentul de europenitate.

Cartea cuprinde patru părți, trei dintre acestea fiind dedicate aspectelor teoretice, iar ultima parte fiind alocată studiului empiric.¹ Prima parte, *Europenizarea – perspective și evoluții*, are în vedere procesul europenizării și delimitările conceptuale, viziunile cu privire la dezvoltarea Uniunii și politicile de comunicare aferente, precum și factorii care contribuie la susținerea europenizării. Capitolul abordează și problematica sferei publice, cu precădere a sferei publice naționale europenizate și a implicațiilor sale la nivelul societății. Totodată, sunt luate în considerare și atitudinile cetățenilor față de Uniunea Europeană și de procesul europenizării, precum și aspectele problematice și efectele crizei europene.

¹ O parte din datele și informațiile cuprinse în această carte au fost publicate sub diverse forme (articole în reviste de specialitate, capitole în volumele conferințelor) – de exemplu, Ștefăniță & Buturoiu (2015); Corbu, Ștefăniță, Oprea & Udrea (2015); Udrea, Oprea, Corbu & Ștefăniță (2015); Ștefăniță (2013); Ștefăniță, Oprea & Udrea (2013); Ștefăniță (2012).

Conceptul de europeanizare beneficiază de o varietate de abordări și încercări de delimitare, fără a exista o definiție unanim recunoscută. Europeanizarea influențează procesele și politicile interne, determinând schimbări semnificative la nivelul statelor membre. Aceste schimbări pot fi atât la nivelul structurilor formale, cât și la nivelul valorilor și normelor răspândite în cadrul statelor membre, fiind în fond vorba de o întrepătrundere a societăților europene, de un grad din ce în ce mai crescut de convergență (a se vedea Hughes, Sasse & Gordon, 2004; Eder, 2004; Börzel & Risse, 2000; Brüggemann & Kleinen-von Königsłow, 2009; Radaelli, 2000; Ladrech, 2002; Featherstone, 2003; Radaelli, 2004). Europeanizarea este, prin urmare, un proces complex, care presupune transformare, fie că ne referim la adaptarea instituțională, la norme, proceduri, la implementarea politicilor UE sau la schimbări în ceea ce privește adoptarea valorilor europene comune în planul concret al vieții cetățenilor. Pe lângă totalitatea schimbărilor produse la nivel național, care înglobează impactul Uniunii asupra statelor membre, integrarea europeană presupune și un transfer al suveranității de la nivelul național la cel european, precum și o serie de sacrificii pentru care este nevoie de sprijinul și acordul cetățenilor implicați, ei fiind în ultimă instanță cei care se confruntă cu efectele europeanizării în planul vieții de zi cu zi.

Comunicarea publică devine esențială pentru legitimarea și consolidarea Uniunii, pentru promovarea politicilor sale în vederea obținerii sprijinului popular. Strategiile pentru îmbunătățirea comunicării UE au în vedere europeanizarea sferelor publice naționale, proces în care media naționale au un rol determinant. Această viziune se încadrează în modelul realist care are în vedere un spațiu comun de dezbatere ca rețea de sfere publice europenizate conectate prin fluxuri de informații. Una dintre condițiile principale pentru a vorbi de europeanizarea sferei publice este chiar vizibilitatea ridicată a Uniunii Europene în media naționale, acoperirea subiectelor europene și evaluarea acestora dintr-o perspectivă europeană (a se vedea Brüggemann, 2005; Kopper & Leppik, 2006; Gripsrud, 2007; de Vreese, 2007; Habermas, 2009; Brüggemann & Kleinen-von Königsłow, 2009; Risse, 2010). Ideea unei sfere publice europenizate constituie un obiectiv important pentru viitorul Uniunii, permițând consolidarea unei cetățenii europene și dezvoltarea unui cadru care să sprijine implicarea populară, ducând totodată la rezolvarea deficitelor de legitimitate și democrație la nivel european (Castells, 2008). Este necesară dezvoltarea unui public european consolidat fără de care demersurile Uniunii devin irelevante sau direcționate doar către un public sectorial specializat.

A doua parte, *Identitatea europeană – de la construct la asumare*, abordează conceptul de identitate și delimitările sale, identitatea națională și identitatea europeană din perspectiva raportului de conflict sau complementaritate, precum și conceptul de identitate europeană cu detalieră modelelor identității europene – identitatea europeană culturală, civică și instrumentală. Totodată sunt luate în considerare și instrumentele și circumstanțele care influențează sentimentul de identitate europeană. Identitatea europeană este un element fundamental în evoluția dimensiunii politice a Uniunii, mai ales în condițiile în care acțiunile și inițiativele europene au o influență crescută în viața cetățenilor. Cercetările din sfera științelor politice s-au axat mai mult pe atitudinea și sprijinul cetățenilor europeni pentru procesul de integrare decât pe identificarea acestora cu noua entitate politică (Inglehart, 1997), însă cercetările recente arată că nu se poate vorbi de o legitimitate reală, durabilă a proiectului european fără o identitate complementară (Bruter, 2005). Deși nu se poate vorbi de un consens cu privire la rolul identității europene, văzută fie ca având un rol esențial în dezvoltarea instituțiilor politice europene (Bruter, 2005; Herrmann & Brewer, 2004), fie ca având un impact redus pentru integrarea socială (Grundy & Jamieson, 2007), identitatea europeană în diferitele sale accepțiuni este un concept real a cărui existență nu mai poate fi negată (a se vedea Bruter, 2003, 2005, 2009; Diez Medrano, 2003; Habermas & Derrida, 2003; Eriksen & Fossum, 2004; Delanty & Rumford, 2005; Risse, 2005; Duchesne, 2008), cu implicații în felul cetățenilor de a se raporta la procesul integrării. De altfel, sprijinul pentru integrarea europeană și legitimitatea democratică a Uniunii sunt dependente de dezvoltarea unui atașament colectiv mai puternic față de Europa (a se vedea Beus, 2001; Decker, 2002).

Identitatea europeană este o construcție în curs de definire, constând cu precădere într-un sentiment de afiliere la Uniunea Europeană. Văzută prin prisma identităților multiple (Bruter, 2004; Risse, 2003), identificarea cu Uniunea Europeană urmează celei naționale, aflându-se într-un raport de complementaritate și dobândind o importanță mai mică sau mai mare în funcție de context și de caracteristici individuale (Wiener, 1998; Duchesne, 2008). Identitatea europeană constă în adăugarea la identitatea națională a unui sentiment de apartenență la comunitatea europeană (a se vedea Augoustinos & Walker, 1995; Thompson, 1995; Gripsrud, 2007).

Reprezentările identității europene sunt multiple, ele fiind în acord cu ideea fiecăruia despre Uniune, despre ce înseamnă să fii european, determinând astfel modalități distincte de raportare la comunitatea eu-

ropeană și la sentimentul identitar conex. Aceste multiple reprezentări pot coexista și pot activa sentimente identitare diferite în funcție de context. Indivizii își definesc identitatea în mai multe feluri, ținând cont de nevoile particulare și de importanța acestora, de fondul social, etnic, de grupurile din care fac parte, de alegerile personale, asumându-și multiple identități, succesiv sau în același timp (Fry & Lewis, 2008). Identitatea este un construct social, cu mai multe straturi negociate în cadrul interacțiunilor de zi cu zi (Smith, 2011). Astfel, identitatea europeană este percepută ca una dintre identitățile multiple pe care cetățenii le posedă și le manifestă în anumite contexte (Bruter, 2005; Duchesne & Frogner, 2007).

În literatura de specialitate, identitatea europeană este abordată prin raportarea la dimensiunile sale – identitate europeană culturală, civică și instrumentală. Deși aspectele identitare civice și instrumentale predomină în rândul cetățenilor (a se vedea Caporaso, 2005; Bruter, 2005; Ruiz Jimenez, Gorniak, Kasic, Kiss & Kandulla, 2004), este necesar ca Uniunea să se bazeze pe rezerve mai profunde de atașament, de loialitate și susținere care pot deriva din sacrificii comune, din scopuri care să susțină interesele tuturor statelor membre, dintr-un sentiment al unui *noi* comun care include și o identitate culturală (Bruter, 2005; Thiel, 2011). Cu cât cetățenii sunt mai angrenați în realitatea europeană, cu atât poate crește și nivelul de înțelegere și de implicare privind aspectele europene, laolaltă cu sprijinul pentru proiectul european.

Partea a treia, *Media – roluri și atribuții în procesul de europenizare*, are în vedere instrumentele mediatice care pot fi utilizate pentru susținerea europenizării, încadrarea mediatică, definirea cadrajelor și a efectelor aferente, impactul media la nivelul interesului cetățenilor și al sentimentului de apartenență la comunitatea europeană, precum și limitele discursului mediatic europenizat, aspectele contradictorii și piedicile care pot interveni în procesul de europenizare. Mass media sunt un liant important între politica europeană și cetățeni, consolidând procesul de europenizare prin răspândirea de informații și știri referitoare la Uniunea Europeană, la instituțiile, politicile și actorii europeni. Se poate discuta despre un discurs europenizat dacă media își îndreaptă atenția asupra problematicilor europene, abordându-le dintr-o perspectivă a intereselor europene și nu doar a celor locale, sincronizându-se cu spațiile mediatice din alte state membre în care subiectele europene sunt acoperite din perspective de dezbatere similare, care să le ofere cetățenilor europeni o bază comună de evaluare și interpretare. Numai prin distribuirea mai multor subiecte europene nu se poate vorbi despre un sistem de co-