

## Natalia Vasilendiuc

Natalia Vasilendiuc, doctor în Științele Comunicării (Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, Universitatea din București, 2008). Actualmente este cercetător postdoctoral în cadrul proiectului „Științe socio-umane și politice aplicative. Program de pregătire postdoctorală și burse postdoctorale de cercetare în domeniul științelor socio-umane și politice”, contract POSDRU/89/1.5/S/62259, și asistent universitar la Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București. A publicat mai multe articole și capitole în cărți colective despre cultura profesională a jurnaliștilor din România și Republica Moldova, cele mai relevante dintre acestea fiind: „Portretul socio-profesional al jurnalistului din Republica Moldova” (RRJC, 2007) și „The Social-Professional Portrait of Romanian Journalists” (În *Models of, Models for Journalism and Communication*, 2010).

### **De ce nu pot fi comparate culturile profesionale ale jurnaliștilor. Cazul cercetării *Worlds of Journalisms***

#### **Introducere**

Actualmente despre conceptul de „cultură jurnalistică” se vorbește în termeni de „cultura profesională a jurnaliștilor”, „cultură redacțională”, „cultura producției de știri”, „ideologie/ cultură ocupațională”. Toate aceste concepte sunt folosite pentru a descrie diversitatea culturală a valorilor și a practicilor jurnalistice, ajutând la înțelegerea unitară a identității culturale a jurnaliștilor.

Tot mai mulți cercetători asociază conceptul de „cultură jurnalistică” cu normele și valorile jurnaliștilor occidentali. Se presupune, astfel, că imparțialitatea, obiectivitatea și acuratețea sunt valori în proces de universalizare, iar modelul de jurnalism occidental (denumit anglo-american sau liberal) este adoptat sau este în proces de a fi adoptat de toate țările cu regimuri democratice, mai vechi sau mai noi.

În acest context se impun câteva întrebări esențiale: aceste valori există cu adevărat în toate țările democratice? Se poate universaliza conceptul de „cultură profesională”? Poate să existe o ideologie profesională comună pentru toți profesioniștii din domeniul jurnalismului?

Pentru a răspunde la aceste întrebări voi folosi rezultatele unui studiu jurnalistic comparat, de dată recentă (2008), care și-au propus să generalizeze conceptul de „cultură profesională”. Este vorba de *Worlds of Journalisms*, o cercetare realizată în 18 țări (inclusiv în România, de către FJSC), cu 1800 de jurnaliști chestionați.

*Înainte să răspund la întrebările pe care mi le-am enunțat anterior, vreau să fac o precizare terminologică. Astfel, prin studiu jurnalistic comparat am în vedere o cercetare care compară două sau mai multe „populații culturale” (națiuni), folosind cel puțin un criteriu de comparație, care are aceeași valoare culturală; de exemplu, libertatea mass mediei, politicile statului în domeniul mass mediei, dezvoltarea structurală a sistemului mass media, mass media și societatea civilă etc.*

În ceea ce privește studiul *Worlds of Journalisms*, acest a comparat cele 18 țări conform următorilor parametri: la *nivel individual*, au fost analizate diverse aspecte care

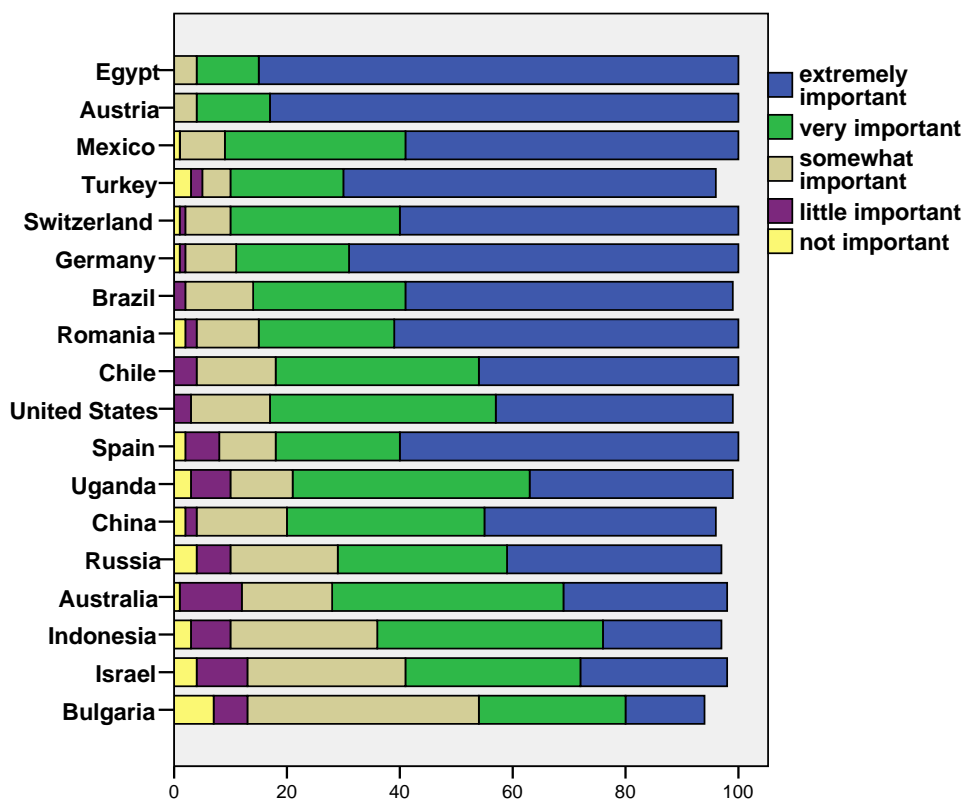
vizează practicile profesionale ale jurnaliștilor, produsele media pe care le realizează aceștia, relațiile cu sursele de informare și cu publicul, preferințele lor politice și religioase, constrângerile/restricțiile care le influențează activitatea, avantajele (materiale) pe care le pretind sau care li se oferă, valorile și normele pe care le respectă în activitatea lor profesională etc.; la *nivel organizațional* – audiența instituției media, orientarea politică, concurența, veniturile, organizarea editorială, dimensiunea organizației media, codurile etice/regulile editoriale etc. și felul în care acestea influențează activitatea jurnaliștilor; la *nivelul social* – libertatea mass mediai, intervențiile guvernamentale în domeniul mass media, dezvoltarea presei, importanța diverselor tipuri de media, concentrarea media, accesul și încrederea în mass media, influența jurnaliștilor asupra agendei publice, implicarea publicului asupra deciziilor jurnaliștilor etc.; iar la *nivel transcultural* – similitudinile și discrepanțele dintre culturile profesionale ale jurnaliștilor din cele 18 țări.

În continuare voi prezenta câteva tabele din cadrul studiului *Worlds of Journalism* care descriu rolurile profesionale ale jurnaliștilor din cele 18 țări. Din considerente care vizează acuratețea statistică, nu voi prezenta datele în procente, ci în număr de cazuri, precizând că din fiecare țară participantă la cercetare au fost intervievați câte 100 de jurnaliști.

Astfel, la întrebarea „în ce măsură pentru dvs. este important să fiți un observator detașat?”, intervievați din cele 18 țări au oferit următoarele răspunsuri:

- Aproximativ 98 de jurnaliști din totalul 100 de jurnaliști chestionați, atât din Egipt, cât și din Austria, consideră „extrem de important” și „foarte important” în activitatea lor profesională rolul de observator detașat.
- Un număr puțin mai mic, dar la fel de semnificativ, care oscilează între 80 și 95 de jurnaliști din totalul de 100 din Turcia, Mexic, Elveția, Germania, Brazilia, România, Cili, SUA, Spania, Uganda și China, apreciază rolul de observator detașat ca fiind „extrem și foarte important” pentru exercitarea atribuțiilor lor profesionale.
- La polul opus se află jurnaliștii din Bulgaria. Doar 45 de jurnaliștii bulgari din totalul de 100 au răspuns că rolul de observator detașat este extrem și foarte important în activitatea lor.

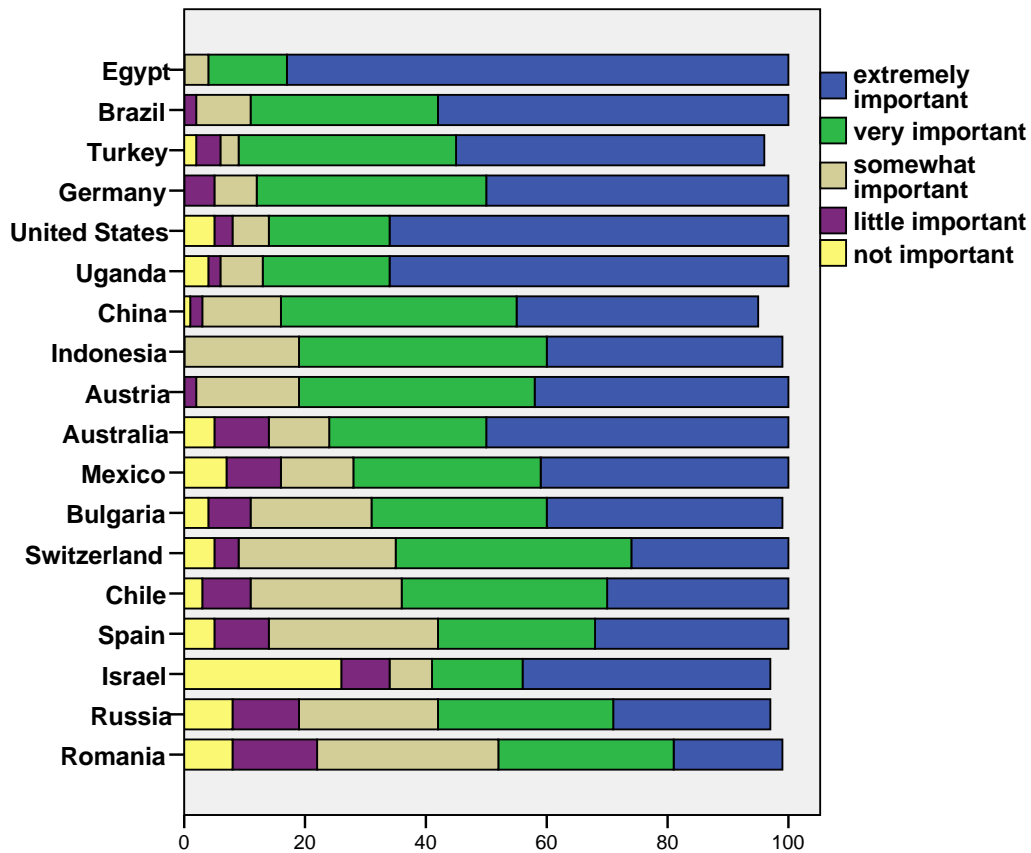
**How important is this role (to be an absolutely detached observer) in your work?**



La următoarea întrebare, „în ce măsură pentru dvs. este important să acționați ca un câine de pază împotriva guvernului.?” , răspunsurile au fost distribuite astfel:

- La fel ca și la întrebarea precedentă, 98 din totalul de 100 de jurnaliști egipteni au considerat că rolul de câine de pază este determinant pentru activitatea lor jurnalistică.
- Pe următoarele poziții s-au plasat țări precum: Brazilia, Turcia, Germania, SUA, Uganda, China, Indonezia și Austria.
- Doar 50 de jurnaliști din România din totalul de 100 s-au identificat cu rolul de câine de pază al guvernului.

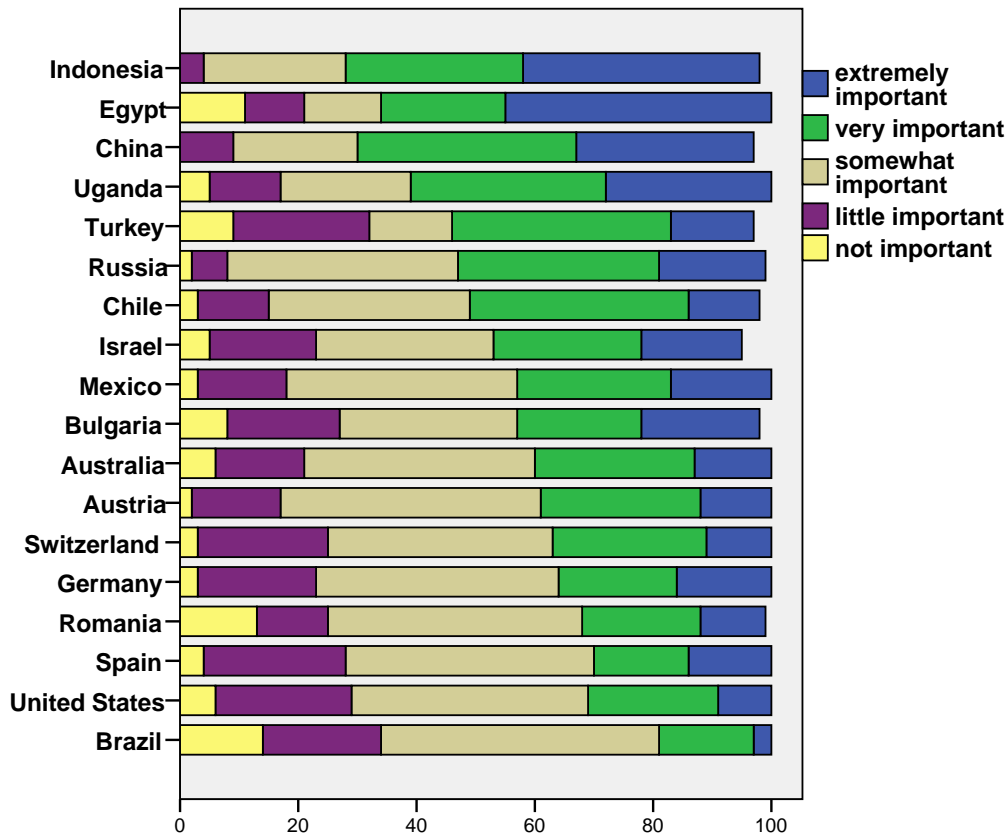
**How important is this role (to act as watchdog of the government) in your work?**



Următorul rol despre care au fost întrebați jurnaliștii din cele 18 țări a fost cel de realizator de știri, care atrag cea mai mare audiență:

- Mai mult de 70 de jurnaliști din totalul de 100 din Indonezia, Egipt și China au apreciat acest rol ca fiind extrem de important și foarte important în practicile lor profesionale.
- Din câte se poate vedea în acest tabel, din topul primelor 10 țările care apreciază rolul de realizator de știri care atrag cea mai mare audiență, abia pe locul 10 s-a plasat o țară europeană: Bulgaria.
- Țara cu cel mai mic număr de jurnaliști, care s-au identificat cu acest rol, este Brazilia.

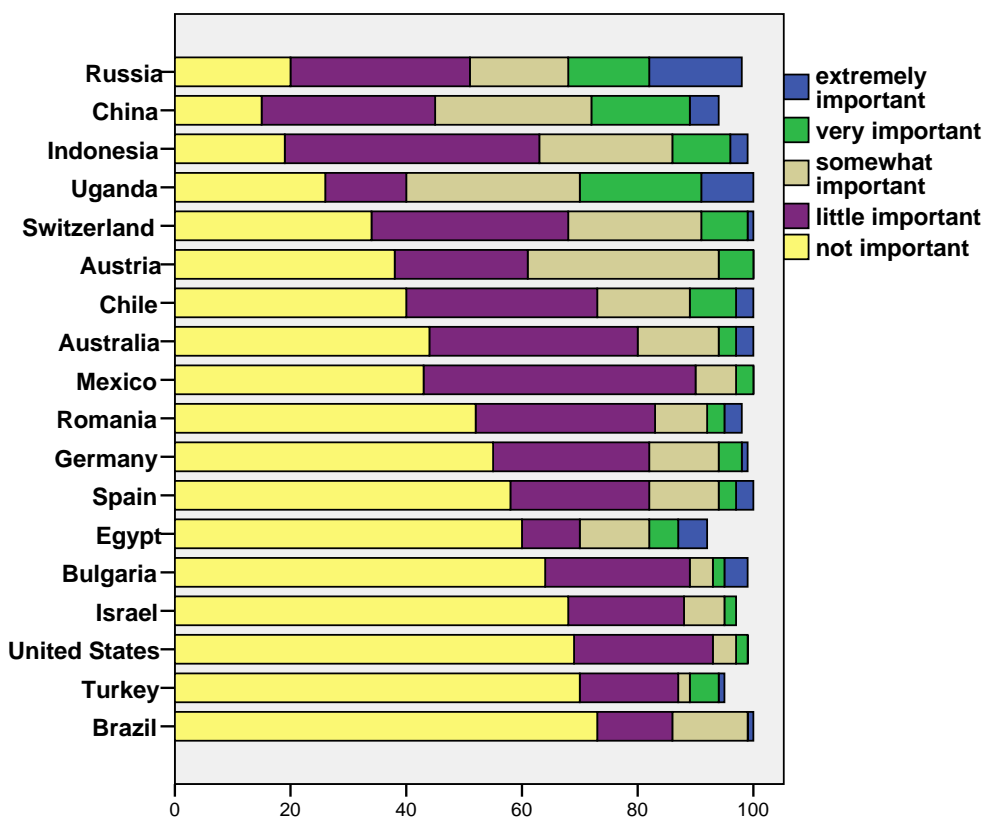
**How important is this role (to concentrate mainly on news that will attract the widest possible audience) in your work?**



Unul dintre cele mai controversate roluri despre care au fost întrebați cei 1800 de jurnaliști, a fost cel care vizează transmiterea unei imagini pozitive a liderilor politici și economici:

- Din câte se poate observa din tabel, a existat un număr important de non-răspunsuri, mai ales în cazul jurnaliștilor egipteni, dar și a celor din China și Turcia.
- Evident, cel puțin la nivel declarativ, majoritatea jurnaliștilor chestionați, evidențiați aici cu culoarea galbenă și mov, au susținut că transmiterea unei imagini pozitive a liderilor politici și economici este un rol „foarte puțin” sau „deloc important” pentru activitatea lor profesională.
- 20 de jurnaliștii din Rusia, din totalul de 100, au recunoscut că pentru ei este extrem de important acest rol.
- Doar jurnaliștii din cinci țări din totalul de 18, participante la studiu, au exclus varianta „extrem de important” atunci când s-au raportat la rolul de transmițător de imagini pozitive a liderilor politici și economici, aceste sunt următoarele: Brazilia, SUA, Israel, Mexic și Austria.

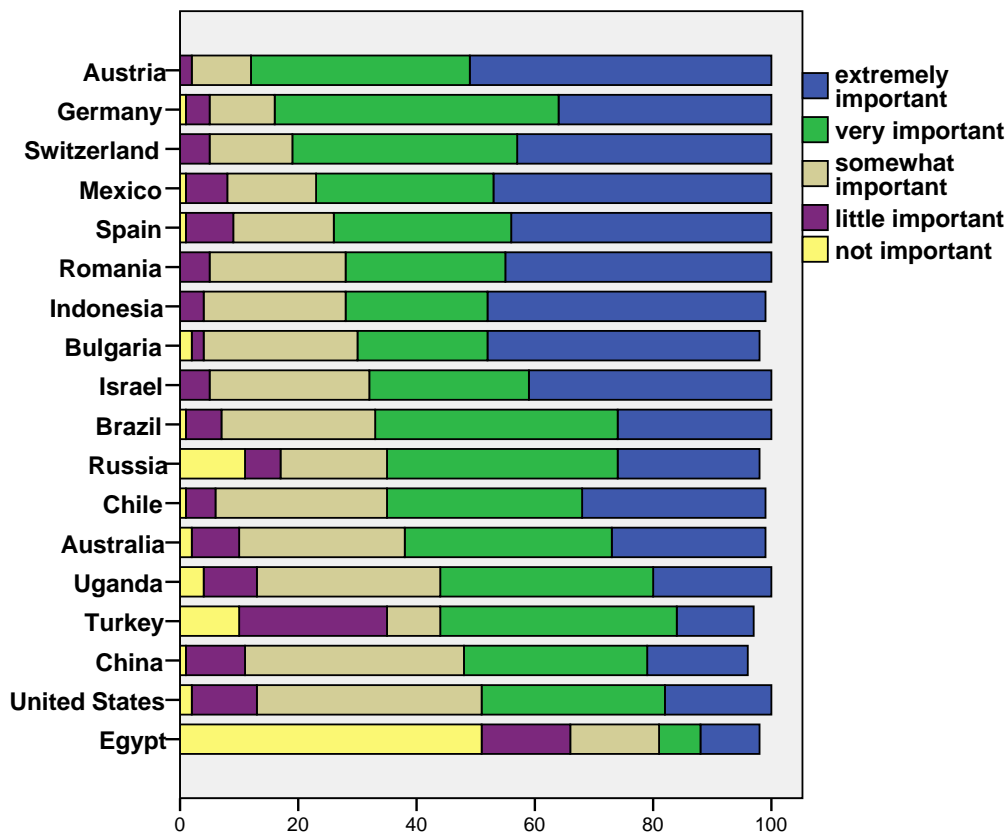
**How important is this role (to convey a positive image of political and business leadership) in your work?**



La întrebarea „în ce măsură pentru dvs. este important să furnizați publicului informația cea mai interesantă?”,

- Un răspuns neașteptat l-au oferit jurnaliștii egipteni. Mai mult de 50 de jurnaliști din Egipt, din totalul de 100, au susținut că acest rol este totalmente neimportant pentru ei.
- În schimb pe primele trei poziții, cu răspunsuri „extrem” și „foarte important” s-au plasat trei țări europene: Austria, Germania și Elveția.

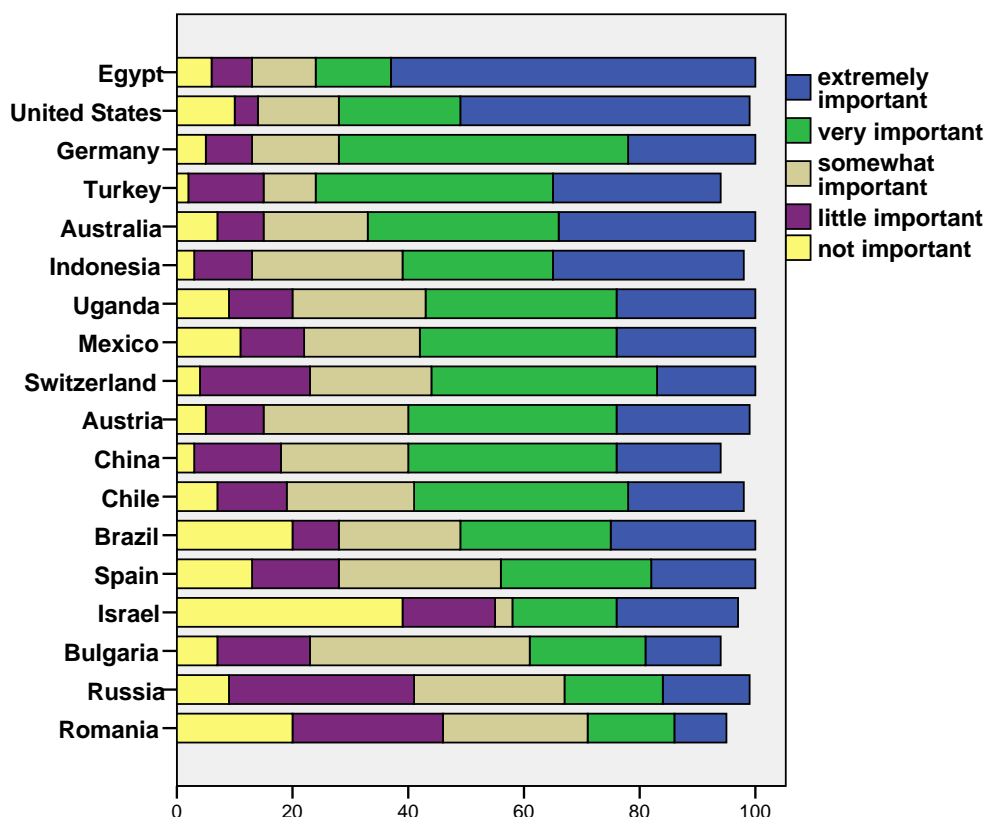
**How important is this role (to provide the audience with the information that is most interesting) in your work?**



În ultimul tabel, voi prezentat răspunsurile la întrebarea care se referă la rolul de a acționa ca un câine de pază împotriva elitelor economice:

- Jurnaliștii din Egipt, SUA, Germania, Turcia și Australia au ocupat primele cinci poziții, cu răspunsul „extrem” și „foarte important”.
- România s-a plasat la cealaltă extremă. Doar 25 de jurnaliști români din totalul de 100 au identificat acest rol ca fiind „extrem și foarte important” în activitatea lor profesională.
- La fel de interesant este și cazul Israelului, 40 de jurnaliști au apreciat ca fiind „deloc important” rolul de a acționa ca un câine de pază împotriva elitelor economice.

### How important is this role (to act as watchdog of business elites) in your work?



În încheierea acestei prezentări voi realiza o scurtă analiză critică a studiilor jurnalistice comparate care prezintă conceptul de „cultură profesională a jurnaliștilor” din perspectiva aspectului contextual. Voi încerca să argumentez de ce nu poate fi universalizat conceptul de „cultură profesională” și de ce nu poate să existe o ideologie profesională comună pentru toți profesioniștii din domeniul jurnalismului, nici chiar în țările considerate democrații.

Voi începe prin a spune că pentru explicarea similitudinilor și diferențelor din cadrul culturii jurnalistice, contextul joacă un rol foarte de important. De exemplu, pentru a înțelege de ce fenomene similare se manifestă diferit în diverse țări, trebuie să căutăm contextele politic, social, economic, religios, cultural, organizațional etc.

Practic, contextul poate să explice de ce filosofia occidentală nu a fost adoptată de țările fostului bloc comunist, iar modelul liberal de jurnalism nu a fost copiat de acestea. S-a demonstrat deja că modelul liberal nu funcționează 100% nici în țările cu democrație solidă, iar factorii contextualii pot explica reticența unor țări cu democrații fragede de a adopta acest model.

Pe de altă parte, în teorie, majoritatea studiilor jurnalistice comparate trebuie să folosească diverse variabile sociale pentru a compara populația eșantionată, în realitate însă aceste studii confruntă statele între ele. Totuși, țările nu reprezintă cea mai potrivită



unitate de analiză și datorită multiculturalismului acestora. În plus, granițele naționale deseori nu corespund granițelor culturale, lingvistice, etnice sau identitare.

Deși există și multe caracteristici comune care pot transcende granițele naționale, acestea sunt interpretate și implementate în multiple feluri, în dependență de contextele politic și cultural, de mentalități și de tradiții. În plus, se știe deja că activitatea jurnalistică este deseori subiectul unor conflicte care însoțesc reformele politice și economice, aspect cu desăvârșire contextual. În consecință, pentru studiile transculturale este inevitabilă înțelegerea aspectului contextual care poate influența anumite țări.

Nu trebuie totuși să trecem cu vederea faptul că, studiile comparate permit o diferențiere clară între ceea ce este universal și ceea ce este particular în cultura jurnalistică și în sistemul mass media. Dar oricând poate apărea riscul exagerării în ceea ce privește dezvoltarea unei caracteristici unice într-o anumită țară sau a generalizărilor false atunci când sunt explicate diverse fenomene particulare, jurnalistice.