

2010

GHID METODOLOGIC PENTRU STUDENȚI

Practica Jurnalismului european de proximitate

Cu sprijinul
Direcției Generale Educație
și Cultură a Comisiei Europene,
în cadrul programului
„Europa pentru cetățeni”



micro-EUROPA
CAMPUS
RADIO
NETWORK
www.micro-europa.eu

REDACTOR
Jean LEMAÎTRE
Institut des Hautes Etudes
des Communications Sociales (IHECS)
58-60, Rue de l'Étève
1000 Bruxelles

www.micro-europa.eu

CUPRINS

Rezumat

Introducere

PARTEA 1 – Analiza a două reportaje

Pornind de la un fapt local: „Identitatea națională”

Pornind de la o chestiune europeană: „Viața privată”

PARTEA a 2-a – 4 țări, 4 reportaje, 4 abordări: 1 subiect

comparație

emisiune

Un demers jurnalistic

PARTEA a 3-a – Trei micro-europeni relatează

PARTEA a 4-a – Noi am tratat, ele au tratat...

Concluzie

REZUMAT

ACEST GHID se adresează oricărui jurnalist (debutant) care dorește să abordeze informația europeană, aducând-o mai aproape de cetățean. Se bazează pe o experiență de doi ani a rețelei europene de posturi de radio ale studenților europeni din cinci țări (România, Belgia, Franța, Regatul Unit și Germania): Micro-Europa, www.micro-europa.eu. Ghidul 2010 s-a născut din practica acestei rețele. Astfel, el completează și îmbogățește prima versiune a teoriei „Jurnalismului european de proximitate”, care a fost tema ghidului practic 2009.

Mai multe idei principale reies din acest ghid 2010 :

- De prea multe ori, informația europeană este tratată de manieră exclusiv instituțională. Obiectivul jurnalismului pe care îl promovăm noi este să arate că actualitatea politică a Uniunii Europene are legătură cu teritoriile, că le influențează. Jurnalistul care dorește să re-localizeze informația europeană o poate face în două moduri: arătând care sunt implicațiile locale pe care le poate avea o decizie luată la nivel european, sau plecând de la un fapt local, să meargă până la sursă pentru a descoperi influența europeană care se ascunde acolo.

- > Informația europeană de proximitate trebuie să răspundă la trei provocări jurnalistice: să fie concretă, educativă și dezbătută.

- > Reportajul trebuie să fie concret, trebuie să expună o situație de care cetățeanul se simte aproape. Există două moduri de a atrage atenția cititorului/ascultătorului/telespectatorului. Fie acoperind o zonă geografică din apropierea cetățeanului (mijloacele de informare locale și proximitatea geografică), fie evocând teme specifice care interesează audiența (mijloacele de informare specializate și proximitatea tematică).

- > Reportajul și emisiunea trebuie să fie educative. Informația europeană este cunoscută de puțini cetățeni. Instituțiile europene

și modul de funcționare european fiind prea puțin cunoscute, par complicate. Jurnalistul trebuie să aducă în permanență lămuriri asupra aspectelor instituționale și asupra politicilor, cu ajutorul interviurilor și invitațiilor, reamintindu-le mereu, etc. El trebuie să lase la o parte limba de lemn, și să se facă înțeles prin cuvinte simple, fără a deveni simplist, fără a deforma realitatea.

- Reportajul, emisiunea și articolul trebuie să declanșeze dezbateri.

Deoarece dezbateră în contradictoriu poate trezi interesul și conștiința cetățenească europeană a publicului.

- Contextele naționale sunt diferite, realitățile locale se schimbă de la un teritoriu la altul. Deseori europenii nu cunosc situația vecinilor lor apropiați sau mai îndepărtați. Pentru a crea un sentiment de apartenență europeană, pentru a trezi o conștiință cetățenească vastă, care să depășească granițele comunitarismului, trebuie ca frontierele să fie depășite, să fie schimbate informații și reportaje între țări, dincolo de diferențele de gen și de abordare. Și Micro-Europa face chiar acest lucru, beneficiind de susținerea Comisiei Europene prin programul „Europa pentru cetățeni”.

Acest ghid decriptează capcanele și bunele practici ale realizărilor rețelei Micro-Europa care se bazează pe acest jurnalism european care iese din standarde. El reunește de asemenea și relatările și „experiențele similare”. Acesta este mai ales un ghid în care am învățat din mers. Rezumă dificultățile și succesele întâlnite. Prieteni viitori jurnaliști, vă urez lectură plăcută!

Charlotte Maisin

reprezentantă a Departamentului Internațional

și de Formare Continuă al IHECS

(Institut des Hautes Études des Communications Sociales - Bruxelles)

AUTEUR

Charlotte Maisin

MISE EN PAGE

Natacha Brixy

TRADUCTION

Alice Gabriela Radu

INTRODUCERE

CONSTATĂRI ÎNGRIJORĂTOARE ...

În cădere liberă

Între 2005 și 2009 numărul corespondenților de la Bruxelles care tratează subiectele europene a scăzut de la 1300 la 752. Există două motive clare care au cauzat această scădere bruscă: activitatea politică la nivel comunitar lipsită de energie și criza economică din sectorul media.

Prăpastia. Care prăpastie?

În iunie 2009, participarea la alegerile europene a scăzut drastic, în medie cu 43%. Cifrele sunt și mai îngrijorătoare în cazul participării tinerilor cu vârste cuprinse între 19 și 24 de ani: în 2009, mai puțin de 30% au votat la alegerile europene. Iată-ne în fața unui paradox incredibil: deși competențele instituțiilor europene sunt din ce în ce mai importante și influențează o parte esențială din legislațiile naționale, și prin urmare viața cotidiană a celor cinci sute de milioane de europeni, se poate observa cum aceștia din urmă iau tot mai multă distanță față de reprezentanții lor comunitari, cu ocazia scrutinelor.

Informația europeană: costisitoare

Postul de corespondent european la Bruxelles este costisitor. Pe lângă cheltuielile pentru sediu și deplasări, dacă jurnaliștilor nu li se acordă un statut special, redacțiile străine trebuie să le dea cu 30 până la 50% mai mult la salariu corespondenților la Bruxelles decât în țara lor.

Acest ghid metodologic este rezultatul practicii rețelei Micro-Europa, creată în 2008. Doi ani mai târziu, rețeaua de radiouri studentești europene și-a găsit un nume, Micro-Europa; un scop de urmărit, punerea în practică a jurnalismului european de proximitate; și forța motrice, opt școli și universități europene din cinci țări. În acești doi ani s-a ameliorat comunicarea între parteneri, am făcut schimb de mijloace de lucru comune, am găsit coduri și metode de lucru convenabile pentru toți. Astăzi mecanismul funcționează. Deși mai tușește destul de des și are nevoie de ajustări, se pare că mecanicii sunt pregătiți să facă orice pentru ca acesta să avanseze în continuare. Acest ghid 2010, punând alături practica și teoria jurnalismului european de proximitate, își aduce contribuția la construcția finală.

CE ESTE MICRO-EUROPA?

Prin Micro-Europa, diversele școli de jurnalism asociate – studenții cu sprijinul profesorilor – realizează o emisiune europeană comună. În fiecare lună, școlile se pun de acord asupra unei tematici pe care o vor aborda împreună. Fiecare dintre acestea realizează o producție (de 3 minute) pe marginea acestui subiect. Prin intermediul unui script al tuturor producțiilor tradus în engleză, fiecare școală readaptează celelalte producții în limba proprie. În final rezultă o emisiune europeană de 30-60 de minute, care este difuzată pe fiecare radio online.

UN GHID PRACTIC DUPĂ UN GHID TEORETIC

Acest ghid metodologic nu este primul din serie. Precedentul, redactat în 2009, pe tema Jurnalismului european de proximitate a stat la baza unui parteneriat între școlile de jurnalism neerlandofone și francofone, din Belgia. Studenții împreună cu profesorii lor, într-un spirit didactic reciproc, încearcă să aplice această teorie în reportajele și emisiunile pe care le produc în fiecare lună. Bineînțeles, acest ghid vine la un an după cel precedent. El reprezintă o manieră de a „testa” pe teren concepte teoretice, pentru a trage toate învățămintele posibile.

GHIDUL ȘI SITE-UL: REALIZĂRI COLECTIVE

În cursul anului academic 2009-2010, rețeaua Micro-Europa s-a reunit de 3 ori (la Cluj, Malines și Nantes). Site-ul internet (www.micro-europa.eu) a fost conceput și structurat pe parcursul acestor întâlniri. Astăzi, emisiunile și producțiile rețelei sunt accesibile pe acest site, precum și materiale pedagogice și metodologice. Aceste trei întâlniri au servit de asemenea și la elaborarea ghidului 2010. Dezbaterile dintre studenți, alături de profesori, analizarea scripturilor, reportajele și emisiunile diverșilor parteneri, clarificările aduse în ghidul 2009 au alimentat redactarea prezentului ghid. Studenții și responsabili ai rețelei intervin în acest ghid pentru a aduce lămuriri, mai degrabă calitative, asupra modului în care sunt aplicate ideile rețelei Micro-Europa în propriile lor contexte naționale.

... IDEI INOVATOARE!

Un domeniu vast de competențe

Interesul cetățenilor va fi atras dacă informația face referire la realități de care ei se simt apropiați și dacă informația este umanizată. Nimic nou. Dar este oare imposibil să aplicăm aceste concepte în cazul informației europene? Este esența acestei informații prea tehnică și prea depărtată de cetățean? Nu neapărat. Deoarece, cu un domeniu de competențe largit, deciziile luate la nivelul Uniunii Europene ating atât agricultura, cât și piața internă și comerțul, mediul, energia, cercetarea, afacerile sociale, cooperarea, etc.

Dublă proximitate: tematică și geografică

Correspondentul de la Bruxelles trăiește din interior ambianța instituțiilor europene, jurnalistul local este integrat în teritoriu, iar jurnalistul specializat cunoaște un domeniu specific și are contacte în acest domeniu. Fiecare jurnalist tratează informația din perspectiva sa. Poate acest fapt să împiedice mijloacele de informare locale să vorbească despre Europa? Nu, dimpotrivă:

- Dovada: informația europeană despre forța de muncă și afacerile sociale este redată cel mai adesea prin presa ne-tradițională, ca de exemplu aceea a sindicatelor.
- Altă proximitate posibilă este aceea geografică: Uniunea Europeană acționează în mod foarte concret în regiuni, în special prin intermediul fondurilor structurale europene care reprezintă solidaritatea în interiorul Uniunii Europene.

INTRODUCERE

Ați spus „informația europeană, plictisitoare”?

Pentru că Uniunea Europeană produce mai puțină informație „picantă”, aceasta este a priori... plictisitoare. Totuși, anumite evenimente, ca de exemplu demisia Comisiei Santer în 1999, referendumul francez asupra Tratatului de instituire a unei Constituții pentru Europa din 2005 și, mai recent, desemnarea președintelui Consiliului European, mobilizează cetățenii. Aceste momente de mobilizare majoră evoluează în ritmul unei informări europene sporadice, prea tardive, intervenind cel mai adesea atunci când decizia a fost deja luată. Dacă nu se face nimic pentru a implica cetățenii în amonte, pentru a le permite să-și facă auzită vocea, Uniunea Europeană va fi definitiv confiscată de experți și tehnocrați... și va intra drept în zid. Rezultatul: dintre corespondentul european la Bruxelles și un altul, primul este cel care va pica.

Un nivel de putere inevitabil

În fața acestor constatări, observăm că acoperirea mediatică a afacerilor europene este slabă. Totuși, după Eurobarometrul 67 (primăvara 2007), aproape 45% dintre cetățeni consideră că nu sunt suficient de bine informați asupra afacerilor europene. Legitim? Da, deoarece un procentaj crescător din legislațiile naționale ale țărilor membre este influențat de către Uniunea Europeană, ceea ce o transformă într-un nivel de putere inevitabil. Pe scurt, din ce în ce mai mulți cetățeni doresc să fie mai bine informați despre Uniunea Europeană și din ce în ce mai puține mijloace media informează despre Uniunea Europeană.

SUSȚINERE ÎN AMONTE PENTRU PERSPECTIVE ÎN AVAL

Cele opt universități și școli – EuradioNantes, City University of London, Universitatea de la Tübingen (Germania), IHECS (Bruxelles), Universitatea Babes-Bolyai University de Cluj (Roumanie), Katholieke Hogeschool Mechelen (Belgia), Hogeschool West Vlaanderen Kortrijk (Belgia) și Business and Information Technology School de la Universitatea Iserlöhn (Germania) – au avut o participare activă la realizarea acestui ghid, fiind prezenți la întâlnirile internaționale ale rețelei și implicându-se în dezbateri. Dar partenerii rețelei Micro-Europa nu vor să rămână doar între ei. Vocația rețelei este de a se lărgi, de a se răspândi, de a împărți teorie și practică. Această acțiune colectivă nu ar putea exista fără susținerea Direcției Generale Educație și Cultură a Comisiei Europene. Profităm pentru a le mulțumi pe această cale, deoarece permit acțiunii noastre colective să se ancoreze în timp și să imagineze planuri de viitor.

GHIDUL PUNCT CU PUNCT

Pe scurt, acest ghid metodologic se bazează pe practica celor doi ani de Micro-Europa, pe parcursul cărora aproape 15 teme au fost tratate în comun de către cele opt posturi de radio studențești ale rețelei.

Partea întâi a ghidului analizează două reportaje realizate de către studenții Micro-Europa. Primul reportaj se bazează de la un fapt local, cel de-al doilea pornește de la o chestiune europeană globală. Precizările teoretice permit structurarea acestei analize: este o analiză de tip vertical.

În partea a doua sunt comparate reportaje ale diverselor școli și universități pe același subiect cu scopul de a concepe o emisiune care să grupeze aceste patru reportaje. Aceasta este o emisiune de tip orizontal.

În partea a treia intervin trei studenți și un profesor din rețeaua Micro-Europa pentru a demonstra necesitatea de a trata diferit Europa, în trei contexte naționale respective (Germania, România și Belgia).

În cele din urmă, în a patra și ultima parte, sunt identificate câteva site-uri multilingve de informare care satisfac obiectivele rețelei Micro-Europa sau de unde studenții la jurnalism pot să culegă informații.

Definiția jurnalismului european de proximitate

Jurnalismul european caută să umple golul care îi îndepărtează pe cetățeni de Uniunea Europeană, corelând informația transmisă cu subiecte și teritorii apropiate cetățenilor. Obiectivul? Redarea unei informații europene interesante și „apropiate”, care să stimuleze astfel dezbaterile asupra mizelor din actualitate. Acest jurnalism necesită o foarte bună cunoaștere a unui subiect, a unui teritoriu și a mecanismelor europene. Aceasta este opțiunea promovată de Micro-Europa, care integrează teoria și practica, de mai bine de doi ani.

Tema rețelei : «Identitatea națională și Europa»

UNGHIU DE ABORDARE

Aubel, un sat din Belgia, este situat în centrul regiunii „Euregio Meuse-Rhin”. Această regiune grupează teritoriile ale trei țări: Belgia, Olanda și Germania. În anii ‘90, după eliminarea granițelor, regiunile care compun regiunea „Euregio Meuse-Rhin” s-au îndreptat progresiv unele către celelalte. În această zonă se vorbesc mai multe limbi, dar care este sentimentul de identitate națională al locuitorilor din Aubel? Reportaj realizat cu ocazia târgului

INTRODUCERE RADIO

Prezentatorul : Pentru a încerca să consolidăm contactele dintre diferite naționalități, au fost concepute unele proiecte, ca cel din satul Aubel, care se află la intersecția dintre trei țări, și anume Germania, Olanda și Belgia. Acest sat face parte din Euregio Meuse-Rhin, unul dintre cele mai vechi parteneriate de cooperare transfrontalieră. Aurélie Pirkenne, Jean-François Vanwelde și Bertrand Habay au fost la târgul duminical de la Aubel, duminica trecută.

- Bună ziua doamnă !
- Ah, o brânză de Herve ?
- Bine doamnă.

Voice-over : În ciuda frigului și a zăpezii, locuitorii din Aubel și ceilalți sunt prezenți la întâlnire. Pierdut de lume, satul Aubel n-ar putea totuși să fie mai multicultural de-atât. Ca în fiecare duminică, nu mai puțin de patru naționalități diferite se regăsesc în piață. Comercianții țin foarte mult la acest aspect.

- Aici la Aubel, de exemplu, sunt și olandezi, dar și germani în egală măsură.

Reporter : Mergeți și prin alte piețe ?

- Da, la piețe 6 pe săptămână.

Reporter : Și în celelalte vedeți mai puțini ...

- Mai puțini străini, pentru că eu merg în regiunea Liège. Deci aici e așa pentru că e un sâtc limitrof, aici suntem la intersecția a trei granițe.

- 6,05. Să fie rotunjit.

- Ah! mulțumesc domnule, sunteți amabil. Este perfect. La revedere, o duminică plăcută, doamnelor, domnilor.

Voice-over : Departe de toate divergențele comunitare, fiecare depune un efort pentru celălalt. Aici, francofonii îndrăznesc să înceapă o discuție în neerlandeză.

- Dat is met blauwe kaas. Dat is deze hé?

- Nee, deze. Dat is pikant. Wilt u proef ook?

Voice-over : Pentru a depăși frontierele lingvistice, șase regiuni au decis să-și unească eforturile. Regiunea „Euregio Meuse-Rhin” a fost creată în 1976. Jean-Claude Meurens, actualul primar al satului Aubel, a făcut parte din Parlamentul acesteia timp de trei ani.

Reportaj realizat de studenții de la Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS), februarie 2010, pe tema „Identitatea într-o regiune transfrontalieră”

Jean-Claude Meurens : : Euregio este deci o adunare, este un parlament euregio, euregional, care grupează regiunile Aix la Chapelle, Maastricht, Limburgul olandez, Limburgul belgian, Provincia Liège și Comunitatea germanofonă. Dar este complicat, bineînțeles. Sunt mai multe limbi, deci este nevoie de traducători, există multe proiecte care trebuie să fie acceptate și de o parte și de cealaltă, proiectele trebuie să fie susținute de trei dintre părțile prezente. În cazul proiectului Euregio, regiunile sunt cele, care de manieră autonomă, trebuie să se implice în proiecte, să le prezinte, și să le finalizeze încercând să convingă partenerii pentru a le duce până la capăt.

Voice-over: O realitate nu întotdeauna evidentă, dar merită osteneala. Multe proiecte iau viață. Există de exemplu o rețea de transport în comun pentru cele trei țări. Un acord de cooperare a fost stabilit între diferite spitale din regiune, iar la sfârșitul lunii februarie, au fost alocate fonduri de 14 milioane de euro. Cu aceste fonduri vor fi finanțate noi proiecte. Aubel, în centrul zonei „Euregio Meuse-Rhin” se dorește a fi un model al acestei colaborări. Aici toată lumea se poate simți ca acasă. Acest cătun îndepărtat din provincia Liège face dovadă de o pronunțată identitate europeană.

DISCUȚIE RADIO

Prezentator : Domnule Lorenzen, sunteți consilier la Parlamentul European, ce părere aveți despre parteneriatele regionale și naționale cum este de exemplu Euregio Meuse-Rhin?

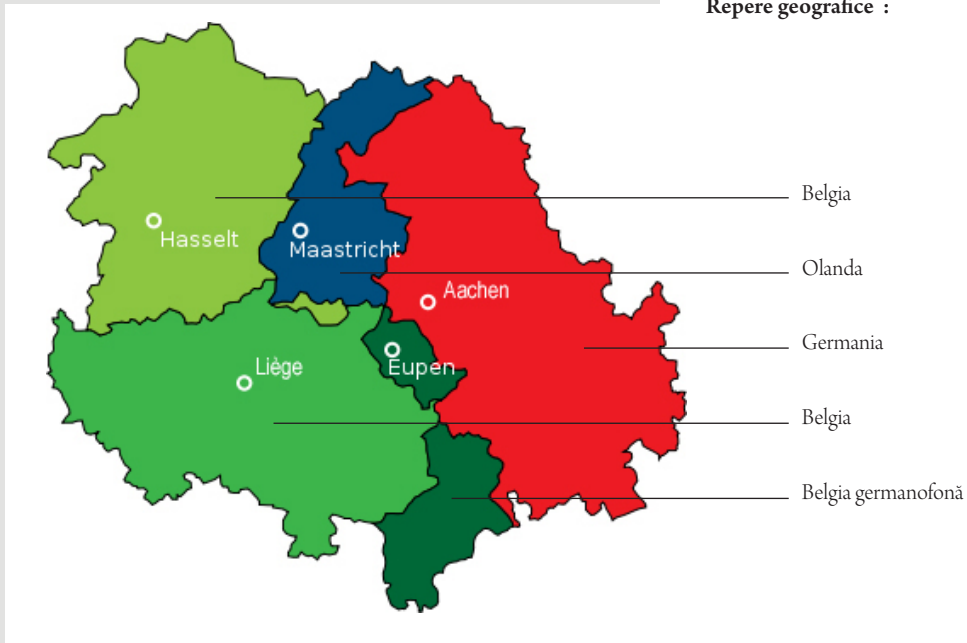
Hannes Lorenzen : Acolo începe Europa. Atunci când acești oameni lucrează împreună, dincolo de frontiere, într-o problemă care îi implică pe toți, așa se creează Europa. Cred că statele naționale sunt definite de granițele lor, pe când regiunile se definesc prin identitatea lor. Chiar dacă identitățile lor sunt diferite, este posibil, pentru regiuni, să lucreze pe teme comune, ca de exemplu cooperarea economică, cooperarea în materie educațională, pe proiecte legate de protecția mediului, etc. În Euregio sau în cadrul unor proiecte europene ca de exemplu LEADER, se lucrează împreună pe teme comune care înainte de toate nu trebuie reduse la nivelul de probleme naționale.

Prezentator : Ați evocat proiectul LEADER. Mai există și alte proiecte europene de același gen? Mă refer mai ales la inițiative comunitare ca cele din care face parte programul LEADER. Reamintesc că sunt programe care susțin proiecte între regiuni din țări diferite, în special cele de frontieră. Aceste inițiative au fost eliminate. Ați scris că erau totuși cea mai bună legătură între Europa și cetățean. În ce constau acestea, și după părerea dumneavoastră, ar trebui reinventate?

Hannes Lorenzen : Da, erau extraordinare. Veneau în contraponderea abordării descendente, „top-down”, care nu este prea bine văzută. Instituțiile europene doresc să implice nivelurile locale și regionale. În cazul inițiativelor europene era chiar uimitor că aceste programe proveneau direct din partea Comisiei Europene. Aceste inițiative comunitare afirmă că era necesar ca cetățenii să fie susținuți cu ceea ce aveau nevoie, sau în ideile lor pentru a se organiza în diferite sectoare. De exemplu, inițiativele private, ONG-urile, etc., care doreau să colaboreze pe un proiect de mediu sau de dezvoltare locală, puteau să își creeze propriul lor program, fără să mai aștepte susținerea regională

sau locală. Erau independenți în materie de gestiune și organizare. Aceste proiecte erau direct selecționate și susținute de către instituțiile europene. Asta era formidabil. Era o abordare ascendentă inițiată la nivel european. Oamenii au constatat că se putea coopera la nivel local chiar și cu bani puțini, că se putea crea o rețea pe baza experiențelor locale europene. Și că Europa îi ajută în mod concret. Eliminarea inițiativelor comunitare a fost cauzată de ofensarea autorităților locale, care nu dețineau controlul asupra acestor inițiative, deoarece erau direct finanțate de la nivel european. Unele state membre au cerut astfel stoparea acestor inițiative, afirmând că ele subminează autoritatea puterilor locale și regionale. Totuși, aceste inițiative au fost foarte bine primite de către populație și de către actorii locali; cred că acest succes a speriat autoritățile. În prezent am revenit la o politică de armonizare, care permite statelor să selecteze și să controleze proiectele. Este în mod cert o pierdere pentru calitatea conexiunii dintre cetățean și Europa.

Repere geografice :



PORNIND DE LA UN FAPT LOCAL

> **Avantaje** : legea proximității, ideea unei Europe care începe în comune, în regiuni. Evită confruntarea prea directă cu abstracția europeană care poate părea descurajatoare pentru public.

> **Inconveniente** : spațiu minim rezervat dimensiunii europene. Nu ține cont de programul european.

> **Indicații** : adecvat pentru subiecte pentru care există o legătură între ordinea de zi la nivel local și la nivel european, sau pentru subiecte care permit comparații.

PATRU PARAMETRI AI „JURNALISMULUI EUROPEAN DE PROXIMITATE” DE EXAMINAT

- > **PUBLICUL țintă al informației**
- > **FLUXURILE informaționale**
- > **SCOPUL informației**
- > **TEMPORALITATEA informației**

TREI PROVOCĂRI JURNALISTICE

- > **Caracterul educativ**
- > **Concretul**
- > **Dezbaterea**

PUBLICUL țintă al informației

	Teritorii centrale	Teritorii periferice
Clase privilegiate	Cea mai mare ofertă	Ofertă intermediară
Clase de mijloc	Ofertă intermediară	Ofertă intermediară
Clase sărace	Ofertă intermediară	Ofertă cea mai slabă

Care este publicul țintă al informației din reportaj?

ȚINTA GEOGRAFICĂ : Regiunile. Reportajul dă exemplul satului Aubel, situat în provincia Liège, din Belgia, și arată importanța europeană a situației sale geografice.

Această informație poate interesa toate regiunile europene – în special cele transfrontaliere.

> **Teritorii periferice**

ȚINTA SOCIALĂ : Toate. Reportajul este realizat cu ocazia unui târg duminical în piața satului. Acesta evocă posibilitățile și bogăția colaborărilor între cetățenii din diferite regiuni și țări.

> **Toate clasele sociale**

> **FLUXURILE informaționale**

- 1) Informația descendentă (top down), emisă de către instituțiile europene și/sau de către instituțiile naționale către cetățeni.
- 2) Informația ascendentă (bottom up) : sunt culese opinii ale cetățenilor/sau sunt evocate evenimente locale pentru a se ține cont de acestea pe planul superstructurilor europene.
- 3) Informația orizontală : sunt schimbate opinii și fapte de la un teritoriu european la altul.

Care sunt fluxurile informaționale în acest reportaj?

INFORMAȚIA ORIZONTALĂ: Aflăm că mai multe regiuni europene, situate în Germania, Belgia și Olanda, cooperează încă din 1976. Acestea au creat un Parlament. Datorită acestuia, ele prezintă, susțin și realizează împreună proiecte.

INFORMAȚIA ASCENDENTĂ: Această organizare este un fapt local care ar putea interesa superstructurile europene. Dificultățile enunțate de primarul satului Aubel ar putea sensibiliza instituțiile și le-ar putea îndemna să găsească soluții.

INFORMAȚIA DESCENDENTĂ: Aceasta nu face parte din reportaj. În acest caz, informația de tip „descendent” este oferită de către invitatul prezent în studio. Acesta comentează pe marginea reportajului răspunzând la întrebările jurnaliștilor. Interviu oferă audienței o informație mai completă și mai precisă asupra programelor europene care favorizează acest tip de colaborare între regiuni.

> **SCOPUL informației**

Explicarea deciziilor, legilor, politicilor: foarte prezentă

Explicarea deciziilor, legilor, politicilor: foarte prezentă

Incitarea la dezbatere și încurajarea cetățeniei europene active: destul de rară

O mai bună cunoaștere a realităților și a culturilor specifice fiecărei țări europene: foarte rară

Care este scopul informației în acest reportaj?

EXPLICAREA DECIZIILOR, LEGILOR, POLITICILOR

Acesta nu este un scop al acestui reportaj. Cel care introduce acest aspect este invitatul din platou.

COMUNICAREA OPORTUNITĂȚILOR FINANCIARE

Acesta nu este un scop al acestui reportaj. Este vag evocat de către invitat, în interviului care urmează după reportaj.

O MAI BUNĂ CUNOAȘTERE A REALITĂȚILOR ȘI A CULTURILOR SPECIFICE FIECĂREI ȚĂRI EUROPENE

Într-adevăr realitățile culturale nu sunt explicitate, dar ambianța din piața din Aubeil atrage audiența. Limbile se amestecă și arată realitatea culturală a satului.

INCITAREA LA DEZBATERE ȘI ÎNCURAJAREA CETĂȚENIEI EUROPENE ACTIVE

Acest reportaj tinde să demonstreze că identitatea nu este exclusivă. Dimpotrivă, Aubeil este un sat care își are propria identitate, propriile produse și tradiții, dar dincolo de aceste aspecte, satul a dobândit o identitate mai europeană datorită schimburilor și colaborării dintre regiunile limitrofe. Piața duminicală și Euregio Meuse-Rhin participă activ la aceste schimburi.

TEMPORALITATEA informației

Trei niveluri :

- după luarea deciziei la nivel european
- în timpul luării deciziei la nivel european
- înainte de luarea deciziei la nivel european

Care este caracterul temporal al informației în acest reportaj?

Informația din reportaj nu ține cont de prioritățile europene. Este una dintre limitele sale. Aflăm din interviul care urmează după reportaj, că programul european despre care este vorba (inițiativele comunitare) s-a încheiat. Subiectul ar fi trebuit evocat înainte sau în timpul luării deciziei, mai degrabă decât după.

TREI PROVOCĂRI JURNALISTICE

Concretul: sublinierea legăturilor și implicațiilor concrete pe care le au deciziile europene în viața locală de zi cu zi (regiuni, orașe, teritorii).

Reportajul încearcă să concretizeze deciziile europene și să arate implicațiile acestora în viața cotidiană a cetățenilor. Pentru a ameliora aspectul „concret” al reportajului, ar fi fost interesant de dezvoltat un proiect de colaborare specific. În acest sens, deși și piața, și Euregio Meuse-Rhin, evocă subiectul reportajului, acestea nu sunt în conexiune directă.

Dezbaterea: mizele proiectelor politice și legislative trebuie arătate. Trebuie să reiasă contradicțiile și argumentele „pro” și „contra”. Opiniile trebuie să circule.

Dezbaterea este lansată datorită comentariilor comerciantului din satul Aubeil și cu ocazia interviului cu primarul satului. Dar, părerile nu sunt confruntate. Într-un reportaj mai lung, alți interlocutori ar fi putut să-și dea cu părerea despre organizarea Euregio Meuse-Rhin și despre importanța colaborării dintre regiuni.

Caracterul educativ: facilitarea înțelegerii sistemului politic instituțional al Uniunii Europene și a politicilor europene.

Reportajul nu explică în mod concret ce este un program transfrontalier și cum poate acesta să apropie Europa de cetățenii săi. Aspectul educativ este introdus prin interviul care urmează după reportaj.

LIMITELE ACESTUI REPORTAJ

Nu este în concordanță
cu priorităț

Prea puțină dezbateri în

Aspectul concret
al reportajului nu este
pus în legătură

PUNCTELE POZITIVE ALE ACESTUI REPORTAJ

Europa este trăită în
cotidianul concret al cetățenilor care

Interviul acoperă deficiențele

Țintele informației
și obiectul informației diferă
de ceea ce suntem

TEMA REȚELEI :

«Viața privată»

UNGHIU DE ABORDARE

Chestiunea protecției vieții private este una dintre prioritățile Uniunii Europene. Fiecare dintre statele membre are propriile reguli și măsuri diferite, referitoare la protecția datelor cu caracter personal. Cine are acces la această informație, cum ne protejăm împotriva fraudelor cu date personale și cum ne protejează sistemul legal, sunt câteva dintre întrebările la care încearcă să răspundă reportajul care urmează.

REPORTAJ

Voice-over : La nivel internațional, problema încălcării dreptului la viața privată a fost ridicată în momentul în care datele noastre personale au fost expuse în spațiul virtual. Care este scopul colectării datelor noastre personale? Cum ajung acestea în bazele de date ale unor companii fără consimțământul nostru? Și în ce măsură ne afectează pe noi acest trafic de informații? În România legea 677/2001 reglementează problema prelucrării datelor cu caracter personal. Mai multe detalii are colega noastră Andrada Lăutaru.

INTERVIUL 1

Andrada Lăutaru : Prezenta lege are ca scop garantarea și protejarea drepturilor și libertăților persoanelor, în special dreptul la viața intimă, familială și privată, cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal. Exercițarea drepturilor prevăzute în prezenta lege nu poate fi restrânsă, decât în cazuri expres și limitativ prevăzute de lege. Orice prelucrare a datelor personale poate fi efectuată doar dacă persoana vizată și-a dat acordul pentru respectiva operațiune de prelucrare a datelor.

Voice-over : Totodată, cu scopul combaterii terorismului și criminalității, se pare că amprentarea fiecăruia dintre noi devine o parte din normalitatea secolului XXI. Într-o țară ca România, cu un recent trecut de dictatură comunistă, accesul autorităților la informații privind religia, orientarea sexuală sau apartenența politică, poate genera sentimentul controlului excesiv. Europarlamentarul Renate Weber, ne vorbește despre dezavantajele accesului necontrolat la informațiile personale.

INTERVIUL 2

Renate Weber : Cred că nu se justifică, este un exces la acest moment din punctul meu de vedere, culegerea a cât mai multor date cu caracter personal. Am sentimentul că suntem cu toții fișați. Și mai ales, temerea cea mare este că toate aceste date plutesc undeva prin spațiul cibernetic și că nu știm cum pot fi utilizate la un moment dat de o persoană neglijentă sau rău-voitoare.

Voice-over : În Uniunea Europeană, se discută situația protecției datelor cu caracter personal în condițiile în care legislația din statele membre nu conține prevederi concrete în această privință. Din nou, europarlamentarul Renate Weber.

Renate Weber : Părerea mea este că Parlamentul European este instituția care se preocupă cel mai mult de garantarea faptului că accesul la datele cu caracter personal este acordat numai în anumite scopuri, și numai anumite date pot fi preluate, procesate și transmise mai departe. Aceasta este de exemplu un aspect care ne interesează foarte mult.

Voice-over : O altă problemă este ridicată de divulgarea voluntară de date personale, sub egida politicii de confidențialitate pe care o presupune internetul. Totuși, internetul rămâne cel mai propice teren pentru furturile de identitate.

Așadar, tehnologia acaparează viața publică și personală, iar noi ne regăsim în fața unei crize la nivel internațional. Chereches Zoltan, specialist IT, ne vorbește despre cum ne putem proteja de fenomenul utilizării nedorite a datelor cu caracter personal.

INTERVIUL 3

Chereches Zoltan: : În primul rând, persoana care introduce datele respective trebuie să verifice dacă site-ul este sigur. Numai în momentul în care persoana este sigură că site-ul este demn de încredere, responsabilitatea protecției datelor cu caracter personal revine companiei. Trebuie să fie o înțelegere între cele două părți.

PORNIND DE LA O CHESTIUNE EUROPEANĂ :

- > **Avantaje:** Prin apropierea de programul european, este garantată participarea democratică mai clară a cetățenilor europeni, informându-i în amonte despre deciziile europene în curs de pregătire.
- > **Inconveniente:** Există riscul de a se lovi de dezinteresul publicului în fața unei Europe abstracte, care le vorbește în jargon. Este nevoie de mai mult spirit educativ.
- > **Indicații:** Este indicat pentru informația europeană în sensul larg. În cazul acesta deciziile europene trebuie să atragă atenția centrelor de interes locale.

PATRU PARAMETRI AI „JURNALISMULUI EUROPEAN DE PROXIMITATE” DE EXAMINAT

- > PUBLICUL țintă al informației
- > FLUXURILE informaționale
- > SCOPUL informației
- > TEMPORALITATEA informației

Trei provocări jurnalistice

- > Caracterul educativ
- > Concretul
- > Dezbateră

PUBLICUL țintă al informației

	Teritorii centrale	Teritorii periferice
Clase privilegiate	Cea mai mare ofertă	Ofertă intermediară
Clase de mijloc	Ofertă intermediară	Ofertă intermediară
Clase sărace	Ofertă intermediară	Oferta cea mai slabă

Care este publicul țintă al informației din reportaj?

ȚINTA GEOGRAFICĂ: Reportajul evocă legea românească referitoare la viața privată și istoria României în materie de protecție a datelor cu caracter personal. Prin urmare, ținta acestuia este publicul român. Dar reportajul poate viza orice persoană care folosește internetul.

- > Teritoriu național

ȚINTA SOCIALĂ: Toate persoanele care navighează pe internet se pot simți vizate. După datele Eurostat 2009, în Europa celor 27, 49% utilizează internetul în fiecare zi sau aproape în fiecare zi. Aceasta privește publicul din clasele privilegiate sau cele de mijloc.

> **Clase privilegiate și de mijloc, mai puțin clasele sărace**

FLUXURILE informaționale

- 1) Informația descendentă (top down): emisă de către instituțiile europene și/sau de către instituțiile naționale către cetățeni.
- 2) Informația ascendentă (bottom up): sunt reținute opinii ale cetățenilor/sau evenimente locale pentru a se ține cont de acestea pe planul superstructurilor europene.
- 3) Informația orizontală: sunt schimbate opinii și fapte de la un teritoriu european la altul.

Care sunt fluxurile informaționale în acest reportaj?

INFORMAȚIE DESCENDENTĂ: Aflăm din acest reportaj că din 2001, România are o lege care protejează datele cu caracter personal. În plus, ne dăm seama că Parlamentul European se implică foarte mult în tratarea acestor chestiuni și că încurajează, prin legislația sa, întărirea textelor naționale în această materie. Este o informație descendentă.

INFORMAȚIE ORIZONTALĂ: Reportajul ne informează asupra legislației românești în materie de protecție a datelor cu caracter personal și asupra tradiției istorice, în materie de control al datelor personale, din punctul de vedere al unei țări care a trecut prin mulți ani de dictatură comunistă.

INFORMAȚIE ASCENDENTĂ: Nu există acest tip de informație în reportaj.

SCOPUL informației

Explicarea deciziilor, legilor, politicilor: foarte prezentă

Comunicarea oportunităților financiare: destul de prezentă

Incitarea la dezbatere și încurajarea cetățeniei europene active: destul de rară

O mai bună cunoaștere a realităților și a culturilor specifice fiecărei țări europene: foarte rară

¹ Statistică (2009) „Persoanele care utilizează des internetul”: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=fr&pcode=tin00092&plugin=1>

Care este scopul informației în acest reportaj?

EXPLICAREA DECIZIILOR, LEGILOR, POLITICILOR: Deși în reportaj nu este citată legislația europeană în materie de protecție a datelor personale, este subliniată importanța Parlamentului European în această materie. Cât despre legea românească, aceasta este numită și explicată pe scurt.

O MAI BUNĂ CUNOAȘTERE A REALITĂȚILOR ȘI A CULTURILOR SPECIFICE FIECĂREI ȚĂRI EUROPENE: trecerea spre istoria României poate sensibiliza publicul și îl poate informa despre alte realități culturale.

INCITAREA LA DEZBATERE ȘI ÎNCURAJAREA CETĂȚENIEI EUROPENE ACTIVE

Ultimul interviu îl implică pe cetățeanul de rând, explicându-i în mod concret care este responsabilitatea sa. Afirmările nu sunt confruntate cu părerile altor interlocutori, dar ar putea suscita o dezbatere, după reportaj, în cadrul unei emisiuni de exemplu.

COMUNICAREA OPORTUNITĂȚILOR FINANCIARE

Nu este scopul reportaj.

TEMPORALITATEA informației

Trei niveluri :

- **după luarea deciziei la nivel european**
- **în timpul luării deciziei la nivel european**
- **înainte de luarea deciziei la nivel european**

Care este caracterul temporal al informației în acest reportaj?

Avantajul informației de tip ascendent este că aceasta poate să se adapteze ușor la prioritățile politice europene și să intervină înainte sau după luarea deciziilor. În cazul acestui reportaj, nu sunt menționate dezbateri parlamentare europene pe ordinea de zi, nici modificări ale legii. Acest reportaj este mai degrabă de natură explicativă. Îi lipsește o „nuanță politică”.

TREI PROVOCĂRI JURNALISTICE

Concretul: sublinierea legăturilor și implicațiilor concrete pe care le au deciziile europene în viața locală de zi cu zi (regiuni, orașe, teritorii).

În acest caz Parlamentul European se apropie de preocupările concrete și cotidiene ale cetățenilor : protecția datelor cu caracter personal privește pe toată lumea. Interviul luat unui europarlamentar român, provenind din țara unde este realizat reportajul, concretizează de asemenea politica europeană și organizarea acesteia.

Dezbaterea: mizele proiectelor politice și legislative trebuie arătate. Trebuie să reiasă contradicțiile și argumentele „pro” și „contra”. Opiniile trebuie să circule.

Acest reportaj arată necesitatea reglementării în materie de colectare a datelor personale pe internet. Acest lucru provoacă dezbateri. Totuși părerile nu sunt confruntate: toate opiniile merg în același sens.

Caracterul educativ: facilitarea înțelegerii sistemului politic instituțional al Uniunii Europene și a politicilor europene.

Acest reportaj arată cetățeanului că Parlamentul European lucrează pe teme concrete și reprezintă o reală valoare adăugată. Totuși, nu este dată nici o informație concretă despre legislația europeană pe tema respectivă (Directiva 95/46/CE privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal).

LIMITELE REPORTAJULUI

Nu există o concordanță cu

Reportajul incită la dezbateri dar nu

Informația este descendentă și nu destul de precisă:
o analiză mai aprofundată

PUNCTELE POZITIVE ALE REPORTAJULUI

Aspectul educativ este interesant,
deoarece este pusă în valoare legătura dintre
Uniunea Europeană, statul națiune și cetățean

Tema reportajului este concretizată
prin interviurile

Este o informație de tip „descendent”
care afectează

EXEMPLU

«*Le Soir*» este un cotidian belgian francofon. Acest articol a apărut în ediția din 2 octombrie. Este un exemplu concret de „jurnalism european de proximitate”: articolul pornește de la o chestiune europeană pe care o declină la nivel local.

UN EXEMPLU CONCRET ÎN «LE SOIR»

«Europa oamenilor are 20 de ani»

DURIEUX, SANDRA- Sâmbătă 2 octombrie 2010

Transfrontalier : Programul Interreg privilegiază proximitatea

În spatele numelui său dur, Interreg ascunde o veritabilă revoluție pentru cetățenii europeni. Lansat exact acum 20 de ani, acest program de finanțare europeană care favorizează cooperarea între diferitele regiuni ale Uniunii, a permis concretizarea a zeci de mii de proiecte în fiecare dintre cele 27 de state membre.

Ceea ce au toate în comun este că răspund la nevoile concrete ale locuitorilor în termeni de mobilitate, de sănătate sau de dezvoltare economică. Pe scurt, este una dintre rarele politici europene vizibile care totuși nu consumă decât 2,5% din bugetul Uniunii. „Dorința mea este de a crește bugetul dedicat cooperării teritoriale”, a dat asigurări comisarul european pentru politică regională, Johan Hanes, cu ocazia simpozionului organizat ieri la Tournai pe tema cooperării de acest gen.

Lansată în 2007, cea de-a patra versiune a programului Interreg se desfășoară până în 2013. Se disting trei tipuri de cooperare: transfrontalieră (Interreg A), transnațională (Interreg B) și inter-regională (Interreg C). Valonia este implicată în trei programe de cooperare transfrontalieră care pun în legătură provinciile belgiene Hainaut, Namur, Liège și Luxemburg cu regiunile franceze Nord-Pas-de-Calais, Picardia, Champagne-Ardenne, Moselle, etc., dar și provincii flamande, Comunitatea germanofonă, marele ducat al Luxemburgului și câteva landuri germane.

Cu un buget de 250 de milioane de euro, din care mai mult de jumătate finanțat de Uniunea Europeană, programul Interreg „Franța-Valonia-Flandra” este cel mai important de pe teritoriul valon. Acesta finanțează

142 de proiecte, de la exploatarea turistică, prevenirea inundațiilor, până la crearea unui mecanism unic de servicii medicale, etc. Toate acestea au ajutat la crearea sau menținerea a 600 de locuri de muncă.

Prin Interreg, Valonia a putut exploata particularitatea zonei sale de frontieră, reușind să creeze cooperări productive și să atragă astfel recompense europene. Uneori este luată și drept model, ca în cazul eurometropolei Lille-Tournai-Courtrai, prima grupare europeană de cooperare teritorială (GECT), care a inspirat șase alte grupări de același gen, iar alte 16 sunt în curs de pregătire.

O orchestră internațională

Rețeaua „Vis-à-vis” („Vizavi”) are ca scop să permită muzicanților și actorilor cu vocație culturală din regiunile Nord-Pas-de-Calais, Flandra-Occidentală și Valonia să creeze producții muzicale comune pe tema muzicii populare și festive. Datorită acestei rețele a luat naștere Orchestra internațională Vetex, o fanfară transfrontalieră compusă din muzicanți din cele trei regiuni care nu se cunoșteau înainte. Orchestra a fost foarte repede remarcată datorită stilului muzical festiv și energic, iar membrii acesteia au înregistrat deja două albume, au susținut 400 de concerte și au dat un spectacol live în Balcani.

Tema rețelei : « Grevă și protest »

4 ȚĂRI, 4 REPORTAJE, 4 PERSPECTIVE: 1 SUBIECT

Reportaj realizat de „Institut des Hautes Études des Communications Sociales” (IHECS)

În Belgia manifestațiile sunt mai rare în comparație cu alte țări europene. Acest fapt se datorează nivelului ridicat de lucrători care sunt afiliați la organizații sindicale și organizării dialogului social, pus la punct după cel de-al doilea război mondial. La nivel european, este mai complicată organizarea de acțiuni colective din cauza intereselor naționale divergente. Și în timp ce economia se globalizează, asociațiile patronale mai au încă numeroase dificultăți în a se înțelege cu asociațiile internaționale de lucrători.

În reportajul făcut de IHECS, au fost intervievați:

- Marc Sinnave : profesor de informare socială la IHECS.
- Claude Rolin : secretar general al Confederației Sindicatelor creștine din Belgia (CSC).
- Automobilisti prinși într-un blocaj de circulație cauzat de grevă.

Subiecte abordate:

- Organizarea socială belgiană, „cultura sa în consultări” și numărul ridicat de lucrători afiliați la un sindicat (60% dintre lucrătorii din Belgia față de 8% în Franța).
- Numărul scăzut de zile de grevă în țară (în total 90.000 de zile de lucru au fost consacrate unor acțiuni de grevă), o cifră comparabilă cu cele din țările nordice.
- Ideea de a organiza greve europene pentru a protesta față de măsurile luate în urma crizei.
- Dificultatea de a se organiza la nivel internațional și de a organiza lucrătorii într-un mod federativ, având în vedere diferențele dintre sistemele sociale, tradițiile și contextele socio-economice ale fiecărui stat european.

Reportaj al Universității din Tübingen

Germanul care va risca să arunce o privire spre țările sale vecine, va fi surprins. Cetățenii altor țări europene sunt mai dispuși să intre în grevă, mai dur, de cele mai multe ori mai mult timp și sunt mereu mai mulți. Dar ce se întâmplă în Germania? Fără îndoială, lucrătorii sunt mai rezervați. Sau poate protestează într-o manieră mai tactică și adecvată... în conformitate cu caracterul german.

În reportajul făcut de Universitatea din Tübingen, au fost intervievați:

- Jörg Neuheiser: cercetător la Universitatea din Tübingen, specialist în istoria conflictelor sociale.
- Reinhard Bahnmüller: angajat al Institutului pentru Tehnică, Muncă și Cultură din Tübingen.
- Jasmina Gherairi : doctorandă care lucrează pe dimensiunea retorică a grevelor.

Subiecte abordate :

- Puținele greve și manifestații din Germania (3,6 zile pe an la 1000 de lucrători, față de 100 în Franța și Spania, și 203 în Canada). Primele manifestații de masă au avut loc spre jumătatea secolului XVIII în perioada cursei industrializării. Dar, în afară de o revoltă în anii 1970, nu au mai fost prea multe alte greve de amploare.
- Faptul că Germania dispune de o lege constituțională care protejează dreptul la grevă. Aceasta prevede că numai organizațiile de apărare a drepturilor lucrătorilor pot „chema” la grevă, care se poate desfășura numai dacă 75% dintre angajați participă. Dacă organizațiile de lucrători susțin greva, acestea sunt responsabile de salariile lucrătorilor, ceea ce întărește solidaritatea.
- Limbajul simbolic al grevelor, pentru a-și atinge scopul: incendierea unei mașini în Germania, nu are aceleași urmări ca și în Franța...

Reportaj al EuradioNantes

În Franța, se poate întâmpla să ajungeti la gară ca să luați un tren... și să constatați că toate călătoriile au fost anulate. Dați drumul la radio, dar este numai muzică. Copilul vă sună de la școală pentru a vă anunța că profesorul nu ține cursul. A intrat țara în perioada de hibernare? Nu, probabil este grevă din nou! Poate că francezii s-au obișnuit deja, dar pentru străini aceste fapte pot părea extreme. Aurélien Frances și Joanna Impey de la EuradioNantes au încercat să înțeleagă de ce francezii sunt atât de predispuși să iasă în stradă.

În reportajul Euradio Nantes, au fost intervievați :

- Bruno Lefèvre : antropolog și sociolog specialist în domeniul muncii la Universitatea din Nantes.

Subiecte abordate :

- Predispoziția majoră a francezilor de a face grevă atunci când apar proiecte politice care le amenință avantajele sociale dobândite în cursul ultimelor decenii. În acest sens, francezii se revoltă mai ales împotriva directivelor europene care privatizează serviciile, limitează bugetul pentru educație, pentru sănătate, sau care vor să schimbe vârsta de pensionare.
- Dificultatea acestor greviști de a atrage presa și schimbarea comportamentului greviștilor: în prezent sunt mai multe greve decât acum 25 de ani, dar sunt mai scurte.
- Faptul că grevele și manifestațiile fac parte din cultura națională, dar sunt puțin înșelătoare deoarece, în realitate, este foarte dificil de evaluat gradul de solidaritate în Franța.

Reportaj al City University London

Reportaj al City University London

Reportajul este consacrat unei manifestații care a avut loc în centrul Londrei pentru a protesta împotriva angajamentului Regatului Unit în războiul din Irak. În acea zi Tony Blair a fost audiat de către Comisia „Chilcot” care analiza condițiile de angajare ale Regatului Unit în războiul din Irak. Tony Blair încerca să-și justifice deciziile. 80 de locuri erau rezervate martorilor, iar manifestații se înghesuiau în fața clădirii în care avea loc audierea. Reporterii își pun o întrebare cheie: în zilele noastre, manifestații își ating uneori scopul? Și care este rolul manifestației în societatea britanică?

În reportajul Universității din Londra, au fost intervievați:

- Militanți prezenți la manifestația care avea loc în fața clădirii unde se desfășura audierea lui Tony Blair.
- Un martor prezent la audierea lui Tony Blair.
- James Anslow: jurnalist de 30 de ani, care a fost multă vreme pro-Blair.
- Steve Richards: Redactor-șef politic al ziarului „The Independent”.

Subiecte abordate :

- Comentariile activiștilor care vor ca Tony Blair să fie judecat la tribunalul de la Haga.
- Faptul că Londra a fost, încă din secolul al XIII-lea, teatrul unor manifestații importante (Revolta Țăranilor din 1381, răscoalele pro-democratice de la începutul anilor 1800 și recente proteste contra G20).
- Părerile jurnalistului care relativizează observațiile militanților anti-Blair.
- Impresiile unui martor prezent la audierea lui Tony Blair.
- Analiza lui Steve Richards cu privire la impactul din ce în ce mai slab al manifestațiilor și grevelor asupra deciziilor guvernamentale în Regatul Unit.



Realizarea unei emisiuni radiofonice plecând de la aceste patru reportaje permite :

UTILIZAREA CONFLICTULUI CA DEMERS COMPARATIV

„Cum se petrece un anumit lucru în alte state ale Uniunii Europene? Cum este percepută o problemă europeană în altă regiune europeană?” Acest punct de vedere permite punerea în evidență a convergențelor și/sau a divergențelor cu privire la practicile aplicate în diferite sectoare ale vieții sociale și politice, care îl afectează pe cetățean. Este de asemenea favorizat și dialogul intercultural orizontal.

PUNEREA ÎN PRACTICĂ A INFORMAȚIEI ORIZONTALE

se face schimb de opinii și fapte, de la un teritoriu european la altul.



CARACTERUL EDUCATIV

eterogenitatea publicului destinat al informației necesită o adaptare pedagogică. Recursul la mijloace infografice și interactive eficace poate să contribuie foarte mult la digerarea unor informații foarte complexe.

> Aceste patru reportaje și persoanele intervievate sunt dinamice, cu ajutorul acestora conținutul este mai accesibil și trezește interesul ascultătorilor. Pornind de la aceste reportaje este mai ușor de adăugat informația de tip „transversal”, adică informația europeană, sau concentrată pe țara în care este transmisă emisiunea. Cum se procedează? Chemând în emisiune invitați speciali care să comenteze pe marginea reportajelor.

> Dacă această emisiune este disponibilă pe internet, ar fi interesant să fie însoțită de mai multe date și link-uri. De exemplu, grupând cifrele într-un cadru sau propunând site-uri care tratează subiectul dat (exemplu în acest caz: site-ul Confederației Europene a Sindicatelor)

EMISSION



CREAREA METODEI DE INFORMARE

informația europeană este victima faptului că prea multe redacții consideră că Europa nu se vinde. Dar internetul oferă un spațiu interesant pentru crearea unor noi mijloace de informare. Bloguri, stații de radio on-line, televiziuni on-line pot fi create cu costuri reduse. Radioul on-line pare să se adapteze foarte bine la consumul modern de mijloace de informație. Aceste posturi de radio on-line, unde emisiunile pot fi descărcate, ascultate și reascultate oriunde, spre deosebire de celelalte mijloace de informare. Radioul are un dublu avantaj: este mai accesibil decât presa scrisă deoarece nu necesită mijloace tehnice sofisticate. Este de asemenea și mai ieftin decât formula televizată.

> Rețeaua Micro-Europa a ales radioul ca suport pentru sistemul creat. Acesta lasă o mai mare libertate de acțiune fiecărei școli și universități, stilul de exprimare este mai liber și nu necesită traducători profesioniști. Transmiterea on-line pe internet, via un radio on-line, permite o mai mare flexibilitate decât difuzarea pe unde radio și totul este destul de economic, dacă luăm în considerare că materialul de înregistrare și de montaj este pus la dispoziție de către școală sau universitate.



DIVERSIFICAREA SURSELOR

Comisia Europeană, deși ocupă un loc central în mecanica europeană (este guvernul Uniunii Europene, deține monopolul inițiativei legislative europene), nu este singura instituție care contează. Alte instituții, precum Parlamentul European, Consiliul de miniștri, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor, au un rol important în clarificarea actualității europene. Societatea civilă europeană (ONG-uri, asociații...) constituie de asemenea un actor deloc neglijabil, care contribuie la prezentarea unei viziuni concrete a problemelor europene.

> Constatăm că în niciunul dintre cele patru reportaje nu sunt evocate și nici nu au fost invitate să intervină nici societatea civilă organizată la nivel european (de exemplu Confederația Europeană a Sindicatelor (CES), ONG-urile sociale, etc.), nici instituțiile europene (de exemplu Comitetul Economic și Social European). Intervenționează numai societatea civilă organizată la nivel național (Confederația Sindicatelor Creștine din Belgia), lumea academică și sfera mediatică. Acest deficit poate fi acoperit datorită emisiunii, unde pot fi introduse în completare interviuri sau intervenții ale altor invitați.



ORGANIZAREA ÎN REȚEA

deseori de talie redusă, structurile de informație europeană de proximitate sunt avantajate dacă se organizează în rețea. Rețeaua facilitează schimbul și difuzarea de informații, favorizează contactul și cunoașterea interculturală. Aceasta permite și obținerea unui sprijin mai important și a mai multor subvenții.

> Dificultatea unei astfel de emisiuni este să descopere reportaje care să evoce același subiect, în țări diferite, într-un format asemănător și adaptat. În plus, bariera lingvistică reprezintă un obstacol major. Micro-Europa este o rețea care a încercat să depășească aceste piedici. În fiecare lună, studenți de la opt universități și școli de jurnalism fac un reportaj pe aceeași temă, respectând anumite constrângeri comune de formă. Ei retranscriu și traduc în engleză reportajul lor într-un script comun pentru toată rețeaua. Studenții fac schimb de scripturi prin intermediul unui server, pe care apoi le traduc și realizează dublajul reportajelor colegilor lor. Toate acestea sunt apoi integrate într-o emisiune radiofonică ce va fi difuzată pe internet sau pe unde radio.

A vorbi despre Europa: rezultatul unui demers jurnalistic...

Utilizarea conflictului / dezbaterii

Este vorba despre a încuraja schimbul de opinii între actori de la diferite niveluri: comisar european, cetățean, organizații ale societății civile, responsabili politici ...

Reportajele realizate de IHECS și de City University London : în cadrul aceluiași reportaj se exprimă vocile cetățenilor, ale unui reprezentant al unei organizații sindicale și jurnaliști cu păreri diferite. Discursurile sunt de asemenea divergente.

Reportajul EuradioNantes : deși este vorba despre un antropolog care ține un discurs neutru și analitic, acesta este singurul care intervine în reportaj. Acest fapt nu stimulează dezbateră.

Reportajul Universității din Tübingen: mai mulți vorbitori iau cuvântul, ceea ce este un fapt pozitiv. Totuși, (aproape) toți fac parte din sfera academică, ceea ce nu stimulează dezbateră.

- + Dezbateră este prezentă datorită pluralității vorbitorilor din diferitele reportaje.
- Anumiți actori sunt prea puțin, chiar deloc, reprezentați, ca de exemplu responsabilii politici sau societatea civilă europeană.

Dimensiunea umană și încărcătura emoțională

Cum poate fi „atins” publicul? Sunt propuse două piste:

- > Utilizarea portretului: figura unei personalități politice europene sau locale, a unui membru al societății civile, permite personificarea Europei, dându-i viață.
- > Tratarea unei situații, a unui eveniment de actualitate, cu un important impact emoțional poate de asemenea să atragă interesul publicului.

Reportajul City University London : reportajul ia ca punct de plecare un eveniment care a declanșat dezbateră publică și politică (implicarea Regatului Unit în războiul din Irak). Este o știre de actualitate care poate interesa pe toată lumea. În plus, reportajul începe cu intervenția unui manifestant care se prezintă și expune motivele prezenței sale acolo.

Reportajul EuradioNantes și al Universității din Tübingen : introducerea este interesantă, în sensul în care aceasta pune în scenă diferite situații ale vieții cotidiene ale francezilor și descrie personalitatea germanilor. Aceste situații au o anumită semnificație pentru ascultători și le captează atenția.

- + Dimensiunea umană este prezentă în mai multe dintre aceste producții; reporterii s-au deplasat pe teren, în centrul manifestațiilor, pentru a umaniza subiectul.
- Europa pare absentă din dimensiunea umană a acestor reportaje. Și totuși, Uniunea Europeană este construită din persoane și decide politici, și este deci posibilă utilizarea laturii emoționale pentru a atrage interesul publicului.

Economia

Care sunt consecințele socio-economice, pe plan local, ale unei măsuri europene? Problema locurilor de muncă, după sondajele Eurobarometrului, apare ca principala temă de preocupare a europenilor... și a belgienilor și a englezilor și a românilor și a germanilor, etc.

- Latura socio-economică nu este abordată în aceste reportaje. Totuși, acesta este subiectul care stă la baza multora dintre manifestațiile din Europa, mai ales în

aceste vremuri de criză economică. Și să o spunem o dată pentru totdeauna, Uniunea Europeană este departe de a fi străină de socio-economic!

Morala

fie că o recunoaștem sau o respingem, morala, în diversele ei dimensiuni (religioasă, civică...) ocupă un loc important în societățile noastre.

Reportajul Universității din Tübingen, cel al EuradioNantes și cel al City University London : în reportajul din Germania, reporterul începe cu întrebarea „Ce se întâmplă în Germania?”, el încearcă să analizeze și să înțeleagă comportamentul german în materie de proteste, și la nivel simbolic („Pot fi incendiate mașini în Germania?”). Este o chestiune legată de morală. În reportajul francez, observăm că reporterul este receptiv în privința viziunii celorlalte țări asupra țării sale, cu o puternică tradiție de manifestații, și că încearcă să înțeleagă acest obicei național pe care alte țări îl pot percepe ca „extrem” (după spusele reporterului). În sfârșit City University of London se întreabă despre impactul grevelor din Regatul Unit asupra deciziilor politice și pune la îndoială „rolul” protestelor. Nu suntem departe de morală...

+ Morala atrage întotdeauna, acești reporteri au înțeles acest aspect în reportajele lor. Faptul de a face apel la vorbitori provenind din lumea academică ilustrează această voință de „a aduce o clarificare morală”.

- Deși este interesant de evocat acest aspect, morala nu trebuie să ia locul informației, care trebuie să se bazeze mai întâi pe fapte și pe date verificate.

Responsabilitatea

ce instituție, ce grup este la originea unei asemenea probleme? Cine are soluția? Dezvăluirea canalelor de responsabilitate care sunt la baza unei decizii europene și implicațiile locale ale acesteia, permit atragerea interesului publicului.

Reportajul IHECS : este ridicată o problemă esențială, organizarea lucrătorilor la nivel european. Deși subiectul nu este tratat în profunzime, responsabilitatea pare să ajungă la organizațiile sindicale naționale. Acest aspect ne face să dorim aprofundarea subiectului.

Reportajul City University London : noțiunea de responsabilitate este prezentă la un alt nivel. Aceasta este exprimată în motivul manifestației: în acest caz, responsabilitatea o are Tony Blair, care este audiat în privința legitimității prezenței britanice în Irak. Acesta este un fapt care atrage interesul.

Reportajul EuradioNantes : în acest reportaj francez (realizat de EuradioNantes), directivele europene sunt evocate ca sursă de nemulțumire a populației, Uniunea Europeană este deci implicit vizată ca responsabilă de unele dintre manifestații.

- Este un prim pas, dar ne-am fi dorit să aflăm mai multe...

Trei Micro-europeni relatează despre experiențele lor practice ...

**Oana Moisil, membră a rețelei „Micro-Europa”
și studentă la Jurnalism la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj**

Având în vedere faptul că România este unul dintre cele mai recente state europene, am putea crede că nu suntem familiarizați cu Europa. Totuși, din ce în ce mai multe evenimente și fapte de actualitate au legătură cu ordinea de zi europeană. Uniunea a înțeles: jurnaliștii sunt o țintă foarte interesantă pentru diseminarea informației și pentru a contribui la crearea unei cetățenii europene.

În cadrul Facultății de Politică, Administrație și Științele Comunicării a Universității Babeș-Bolyai din Cluj, pe lângă cursurile teoretice despre Uniunea Europeană, suntem formați și în „legislație mediatică europeană”. Astfel, studenții descoperă legislația europeană prin proiecte de cercetare. Există și alte acțiuni, precum Festivalul de jurnalism european, care are loc între 9-12 septembrie la Târgu Jiu și între 18-28 iulie la Timișoara. Și din ce în ce mai des, site-urile media naționale publică informații oficiale provenind de pe portalul Uniunii Europene.

Toate aceste evenimente demonstrează că în România, jurnalismul european este în plină ascensiune!

Apropo de Micro-Europa, contrar așteptărilor noastre inițiale de la lansarea proiectului, nu este complicat să găsim perspective locale pentru subiectul pe care îl abordăm împreună în fiecare lună. Principala dificultate este să decidem unghiul de abordare.

După un schimb de impresii și o primă evaluare a subiectului, facem căutări pe Google și pe www.europa.eu. Este adevărat că la început unele subiecte ne par greu de abordat. După această primă cercetare, ne strângem în reuniune de redacție și comparăm unghiurile de abordare și îl alegem pe cel mai original, pe cel care împacă cel mai bine chestiunile europene și problematicile locale, și cel care va avea cel mai mare impact asupra ascultătorilor.

Această muncă nu este ușoară. Dar ne dăm seama că, perseverând, reușim să intrăm în contact cu persoane strategice care lucrează în cadrul instituțiilor europene, și că acestea sunt deschise dialogului. Deși nu avem în fiecare lună șansa de a lua un interviu unui europarlamentar, atunci când avem ocazia profităm mai ales pentru a aprofunda subiectul.

De când am început să lucrăm cu Micro-Europa, echipa noastră a dezvoltat noi competențe care ne ajută zi de zi în practica noastră jurnalistică.

Apreciam Micro-Europa pentru că estimăm că putem defini o legătură între problemele locale și chestiunile europene.

Datorită schimburilor de reportaje, nu numai că descoperim problemele cetățenilor celorlalte țări, ci în plus, învățăm să abordăm Europa prin prisma persoanelor, mai degrabă decât prin cea a politicilor. Pentru a da un exemplu concret: am fost surprinși de reacțiile pe care le-am primit ca urmare a difuzării emisiunii noastre pe tema sărăciei. Mulți români au aflat că sărăcia extremă există peste tot în Europa. Oamenii își dau seama că și în celelalte țări europene există problemele pe care le au și ei, și se pot identifica astfel cu populația celorlalte 26 de state membre.



1) „Cum se întâmplă la tine?”

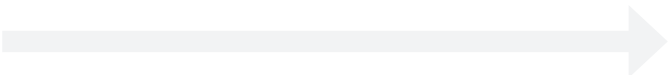
Cine a zis că noile țări membre nu sunt europene? Stimulate de noutate, fără îndoială că tocmai în aceste țări jurnaliștii se preocupă cel mai mult de Europa. Aceasta reiese din relatările Oanei.



2) „Cum pui în practică Micro-Europa?”

După Oana, a face jurnalism în sensul perceput de Micro-Europa necesită următoarele:

- Cercetare jurnalistică atât la nivel local cât și la nivelul instituțional (european și național). Puteți găsi o colecție completă de surse de informare europeană în „Ghidul practic 2009”.
- Reuniuni de redacție: perspectiva de abordare trebuie să întrunească mai multe calități (aspectul local, relevanța europeană, originalitatea și atractivitatea pentru public).
- Contactele: pentru a pune un subiect în dezbatere, trebuie implicate mai multe puncte de vedere. Se poate lua un interviu unei persoane care lucrează la nivel european, la Bruxelles și la Strasbourg, și în țările membre. Puneți-vă pe treabă!



3) „În cele din urmă, aduce cu adevărat Micro-Europa vreo schimbare?”

Oana crede că da:

- DA. Pentru cine? Pentru jurnaliști. Deoarece acest exercițiu îi obligă să caute, să dezbată, să investigheze, să se documenteze. Să transmită informația despre Uniunea Europeană este de multe ori ca și cum te-ai avânta în necunoscut...
- DA. Pentru cine? Pentru ascultătorii care, pe lângă informația pe care o primesc despre Europa, află cine sunt vecinii lor. Iată o provocare interesantă a informării europene, crearea unui sentiment de apartenență cetățenească, prin descoperirea celorlalți!

Charlotte Maisin, jurnalistă și responsabilă a grupului de studenți de la Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS) din Bruxelles (Belgia) implicați în proiectul Micro-Europa

În Belgia, se informează. Mult. Mijloacele de comunicare sunt din ce în ce mai dezvoltate. Totuși, a fi inundat de informație nu înseamnă că suntem mai bine informați. Există mai întâi tendința „categoria grea”: internetul. Presa scrisă, prima victimă a crizei mijloacelor media, este alarmată de succesul pe care informarea o are pe web și trage concluzia că pentru a atrage cititorul, trebuie să facă „la fel ca pe internet”. Și cum aceasta costă mai ieftin, redacțiile cad direct în capcană. Chiar o capcană? Da, pentru că dezintegrarea investigației, numărul scăzut de reportaje și de articole de fond nu contribuie la atragerea cititorilor. Din contră, între presa on-line factică și gratuită și un ziar de 1,20 euro puțin mai cuprinzător, alegerea este făcută rapid.

Atunci, ce se întâmplă cu informația europeană? Aceeași poveste. Atunci când redacțiile vor să informeze despre Europa, din lipsă de mijloace umane și financiare, din lipsă de timp, sau pentru că așa preferă, limitează prea adesea informarea la transmiterea „telegramelor” de agenții de presă, sau la a pune în pagină mesaje provenind direct de la serviciile de presă ale instituțiilor europene. Top-down, descendentă, mai degrabă tehnică decât politică, informativă, mai degrabă decât adaptată dezbaterii, informația europeană pare destul de fadă

Și totuși... Ideea că „tot ceea ce provine de la nivel european este deprimant, plictisitor, ne-stimulativ” este falsă! Studenții Micro-europeni ai IHECS au făcut testul. Schimbarea climatică, alegerile europene, sportul, energia, identitatea națională, viața nocturnă... Toate aceste subiecte au fost decorticate de către studenți și au făcut obiectul unei emisiuni „Europa odată” („L'Europe une fois”) care a reunit reportajele realizate de către grupul acestora și de către membrii parteneri ai rețelei Micro-Europa.

A fost ușor? Nu. A fost necesar să muncească din greu, să-și pună mintea la contribuție, să caute, să înțeleagă, să facă un conținut accesibil și educativ, să varieze punctele de vedere, să stimuleze dezbateră. Pe scurt, a trebuit să creeze informația în loc să „o ia de-a gata, pe tavă”.

Cum au făcut? Realizarea unui reportaj este prima etapă. Dar pentru a reuși să creeze o legătură între Europa și nivelul local, trebuie mers până la capătul procesului, adică să creeze o emisiune completă, cu reportaje din diferite țări, cu invitați pe platou, cu interviuri și cu rubrici suplimentare. Pentru că rețeaua Micro-Europa aduce diversitatea, informația „orizontală”, dar uneori este dificil să spui tot într-un reportaj de 2 ore jumătate.

Iată de ce studenții de la IHECS au luat obiceiul să realizeze o emisiune radio de 45-50 de minute. Cheamă pe platou doi invitați care să completeze informația (de exemplu înalți funcționari de la direcțiile generale ale Comisiei Europene, consilieri de la Parlamentul European, cercetători de la universități, aleși locali, membri ai asociațiilor și ONG-urilor, etc.), și au imaginat un „Buletin de știri european” care subliniază câteva actualități europene „uite” de către mijloacele de informare tradiționale, precum și o „revistă a presei europene” pe subiectul emisiunii (de exemplu pentru emisiunea despre identitatea națională, studenții au căutat prin presa franceză, engleză și spaniolă pentru a descoperi că tema identității naționale este foarte prezentă. Site-uri precum www.presseurop.eu, traduse în mai multe limbi, sunt foarte utile pentru acest gen de exercițiu).

În sfârșit, aceste emisiuni cuprind bineînțeles trei reportaje dublate ale altor universități membre ale rețelei alături de reportajul „made in IHECS”. Dacă studenții reușesc să controleze fondul (conținutul informației) cât și forma (tehnica radio), se obține un rezultat surprinzător, atât prin originalitatea sa, cât și prin latura profesională care se desprinde. Iar experiența este pasionantă. Și atunci... să îndrăznim să inovăm și să încetăm să repetăm mereu aceleași idei preconceptuate despre Europa. Iată ce încearcă Micro-Europa și „Europa odată” să facă în fiecare lună!



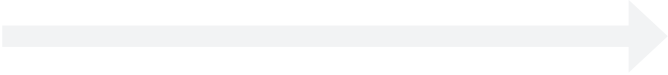
1) „Cum se întâmplă la tine?”

„Prea multă informație, omoară informația”. Și încă mai trebuie clarificat ce este de fapt informația. În societățile noastre post-moderne, noile moduri de comunicare, care fac din viteză o valoare hegemonică, nu joacă întotdeauna în favoarea unei informații care să dezvolte spiritul critic și care să participe astfel la reînnoirea democrației. Informația europeană, care cere o reală implicare jurnalistică, cristalizează acest mod de funcționare și suportă consecințele.



2) „Cum pui în practică Micro-Europa?”

Realizarea unei emisiuni în cadrul Micro-Europa este esențial. Aceasta permite difuzarea unei informații cât mai complete asigurând legătura dintre informațiile locale, provenind din diverse țări, și politică. De asemenea, în cadrul unei emisiuni complete, invitând vorbitori, poate fi lansată dezbateră.



3) „În cele din urmă, aduce cu adevărat Micro-Europa vreo schimbare?”

Micro-Europa vrea să arate că informația nu trebuie să stagneze, ci trebuie să fie prelucrată. Este posibil și necesar ca tendința actuală de uniformizare a conținuturilor, în spiritul rapidității, să fie contracarată. Micro-Europa vrea să demonstreze că eficacitatea nu ține de viteză și că este primordial să informăm altfel despre o Europă care nu se poate feri de discursuri mediatice critice și argumentate. Din acest punct de vedere Micro-Europa vrea să participe la schimbare.

Fabian Henning Gundlach, membru al rețelei Micro-Europa și fost student la Jurnalism la Universitatea din Tübingen

Jurnalismul european își are locul său în Germania: fiecare dintre reprezentanții mass-media importanți are un corespondent la Bruxelles care se străduiește să trateze și să trimită spre publicare știrile provenind de la instituțiile politice europene. Popularitatea Uniunii Europene în Germania a crescut în ultimii ani. Acest fapt se datorează unei prezențe mai importante a afacerilor europene în presă, dar și cancelarului german, doamna Merkel, care a câștigat respectul celorlalte mari țări europene prin capacitatea sa de a găsi compromisuri și de a coopera.

În plus, Germania nu este țara care contribuie cel mai mult la „mana” europeană, ceea ce a ajutat la vehicularea unei imagini favorabile a Uniunii Europene în rândurile populației germane.

Totuși, în peisajul mediatic german, temele europene par destul de izolate și, uneori, se ridică întrebarea care este obiectul lor? Cel mai adesea, ziarele au o rubrică europeană, televiziunile produc emisiuni europene, dar puțini fac legătura cu viața cotidiană a germanilor... mijloacele de informare arată prea rar cetățenilor germani, în paginile principale și în editoriale, ce implică în mod concret Uniunea Europeană și cum le influențează viețile de zi cu zi.

Cât despre ziarele locale și edițiile locale ale celor mai importante ziare, acestea lasă deoparte subiectele europene, deoarece „Uniunea Europeană pare atât de îndepărtată” și pentru că este mai simplu de imaginat că ne putem descurca și fără ea. Acesta este discursul pe care ne-am obișnuit să-l auzim. Consecința: cetățenii care trăiesc în marile aglomerări urbane și care au obișnuința să consulte presa cu mai multă deschidere spre lume, sunt mai informați decât alții.

Dar asta nu e tot. Masa de informație și forma în care este tratată lasă mult de dorit deseori. Totuși, cercul restrâns de persoane interesate de Uniunea europeană și sensibilizate la aceasta, are posibilitatea să găsească informații clare despre politicile europene. Rezultatul: fluxul informației legat de Uniunea Europeană ar putea fi rezumat astfel: „căutați și veți găsi”, nici mai mult, nici mai puțin.

În fața acestei constatări, nu este de mirare că este dificil de găsit o abordare locală pentru a da un aspect concret politicilor europene. Și totuși, este primordial să nu trecem pe lângă acestea... din cauza complexității (și a necunoașterii) sistemului politic european, nu este ușor de menținut interesul oamenilor. Acesta este primul obstacol întâlnit. Pentru a face față acestei dificultăți și pentru a rămâne educativ față de public, trebuie evitat să considerăm Uniunea Europeană ca un conglomerat de instituții. Din contră, ar fi mai bine să pornim de la o viziune locală: să arătăm asemănările dintre țări și să comparăm situațiile.

Este unicul mod de a dezvolta un sentiment de apartenență comunitară. Deoarece curiozitatea creează cunoaștere și această cunoaștere asupra realităților altor regiuni europene poate crea un sentiment comunitar. Rețeaua de campusuri radio europene încarnează acest sentiment. Aici stă valoarea rețelei Micro-Europa.



1) ”Cum se întâmplă la tine?”

Fabian subliniază câteva puncte esențiale din peisajul mediatic german:

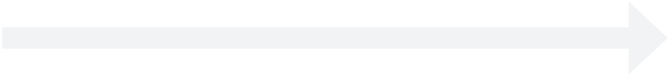
- Destul de buna reputație a Uniunii Europene în Germania.
- Gruparea subiectelor europene în secțiunile dedicate Europei ale celor mai importante mijloace de informare în masă.
- Absența aproape totală a subiectelor europene din edițiile locale ale ziarelor sau din presa locală.
- Interesul mai mare al claselor privilegiate pentru subiectul european.
- Absența legăturii dintre Europa și viața cotidiană a germanilor.
- Faptul că informația despre Europa „trebuie căutată pentru a fi găsită”.

Majoritatea acestor puncte pot fi generalizate și la alte țări.



2) „Cum pui în practică Micro-Europa?”

Evocând necesitatea de a trezi curiozitatea publicului asupra Europei. În acest scop trebuie evitat să ne gândim la Uniunea Europeană doar din perspectiva instituțiilor – pe care publicul nu le cunoaște –, trebuie să fim educativi și este de preferat să plecăm de la o abordare locală pentru a putea compara situația între țări.



3) „În cele din urmă, aduce cu adevărat Micro-Europa vreo schimbare?”

Fabian crede că Micro-Europa oferă ocazia de a compara situația dintr-o țară cu aceea din altă țară, pentru a găsi asemănări și pentru a crea astfel un spirit comunitar. El consideră că este un real avantaj.

Noi (Micro-Europa) am tratat, ele (aceste mijloace de informare în masă) au tratat

MICRO-EUROPA, SUBIECTELE A DOI ANI DE PRACTICĂ

Luna	Subiectul
Ianuarie 2009	Risipa alimentară
Aprilie 2009	Minoritățile în Europa
Mai 2009	Alegerile europene
Iunie 2009	Debuturi
Iulie 2009	De ce nu sunt studenții mai revoluționari?
Octombrie 2009	Costurile studiilor superioare
Noiembrie 2009	Călătorie la prețuri mai mici
Decembrie 2009	Schimbarea climatică
Ianuarie 2010	Greve și manifestații
Februarie 2010	Identitate națională și Europa
Martie 2010	Sport național
Aprilie 2010	Viață privată
Mai 2010	Sărăcie
Iunie 2010	Turism
Iulie 2010	Viață nocturnă
Octombrie 2010	Energie
Noiembrie 2010	Agricultură
Decembrie 2010	Fondul european de dezvoltare regională (FEDR)

Găsiți toate emisiunile și reportajele Micro-Europa la adresa de internet

www.micro-europa.eu

MICRO-EUROPA, UN EXEMPLU JURNALISTIC ÎNTRE ALTELE...

www.presseurop.eu

„Curierul Internațional” („Le Courrier International”) coordonează proiectul. Scopul? Să arate realitățile locale ale fiecărei țări europene, traducând articole din ziare regionale cotidiene și periodice în 10 limbi (engleză, franceză, română, italiană, spaniolă, germană, portugheză, poloneză, cehă și olandeză). Unghiul de abordare este național, dar subiectele sunt triate pe secțiuni de către reporterii experimentați pentru ca acestea să poată interesa pe toată lumea.

www.cafebabel.com

media participativ on-line, tradus în șase limbi (franceză, italiană, engleză, spaniolă, poloneză și germană), Cafébabel face apel la contribuțiile jurnaliștilor în devenire din toate colțurile Europei pentru a scrie despre subiecte pe care redactorii le tratează la nivel local. Ei se prezintă ca fiind prima „revistă europeană. Depășind frontierele lingvistice și naționale, cafebabel.com este un media european de un nou gen. Spațiu de exprimare al societății civile și al generației euro, prima generație de europeni mobili și conectați la internet, cafebabel.com inovează în domeniul jurnalismului participativ, oferind tuturor posibilitatea de a se exprima în limba maternă”. Este un mijloc de informare multimedia, tânăr și dinamic. Criza economică, micile și marile aspecte ale multiculturalității, sărăcie, totul trece pe-aici, foarte liber.

www.eurodvillage.eu

„euros du village” este un site de informare și de reflecție asupra problematicilor europene, tradus în cinci limbi (franceză, engleză, italiană, germană și spaniolă). Este, printre altele, finanțat de Arte.tv. este un site respectat pentru independența sa și care are o adevărată viziune jurnalistică.

www.europa451.fr* sau *www.europa451.it* sau *www.europa451.es

„un colectiv de jurnaliști europeni, care lucrează între Bruxelles și granițele Europei. Obiectivul acestora este să se gândească la miza informației europene, nu prin crearea unor noi media, ci prin «europenizarea» celor deja existente”. Site-ul este tradus în franceză, spaniolă și italiană.

www.youthpress.org

„Presă Tineretului European” (The European Youth Press -EYP) este o rețea de asociații de tineri jurnaliști europeni (media makers). Acesta reunește mai mult de 48.000 de jurnaliști de până în 30 de ani. 18 asociații naționale și două media internaționale, Revista Indigo (Indigo Magazine) și Journal Europa sunt membre ale acestei rețele. EYP transmite informația pe site-ul său, promovează rolul tinerilor jurnaliști și libertatea de exprimare în Europa.

Listă neexhaustivă, va urma...

Pentru mai multe informații...
vizitați site-ul Micro-Europa
www.micro-europa.eu
