

Constructul mediatic al unei ceremonii politice: vizita președintelui american George W. Bush în România

Simona Ștefănescu
Institutul de Sociologie

Anca Velicu
Institutul de Sociologie

Plecând de la un eveniment politic – vizita de stat a președintelui SUA în România, din data de 23 noiembrie 2002 – amplu mediatizat, am încercat să aflăm dacă, pe lângă acțiunea propriu-zis politică (stabilirea de contacte, semnarea de contracte, de acorduri etc.), această vizită a mai acționat și la un alt nivel, unul simbolic. Astfel, situându-ne mai ales în perspectiva deschisă de cercetările lui Daniel Dayan și Elihu Katz privitoare la media events și tipologia acestora și aplicând această grilă de lectură la realitatea concretă în care a avut loc vizita, vom spune că am asistat la construirea unui media event de tip transformativ, a cărui caracteristică esențială este aceea că acționează simbolic asupra realității, astfel încât să poată impune în sfera posibilului o situație nouă, de neconceput până în acel moment. Verificarea acestei ipoteze a acțiunii simbolice am căutat-o în presa scrisă românească centrală de a doua zi, unde ni s-a relevat faptul că ceremonia a acționat, pe de o parte, la nivelul spațio-temporal, prin propunerea unui nou cadraj, iar pe de altă parte, soluția novatoare pe care evenimentul a impus-o în sfera posibilului este compatibilizarea ideii de integrare în NATO cu cerința stabilirii unei bune relații cu Rusia.

Studiul de față face parte dintr-o cercetare mai extinsă asupra vizitei pe care președintele SUA, George W. Bush, a făcut-o la București în data de 23 noiembrie 2002, vizită care a urmat invitației de aderare a României în Alianța Nord-Atlantice. Considerăm cele două evenimente, care au avut loc la două zile distanță unul de celălalt, ca fiind strâns legate între ele și, de aceea, din punctul nostru de vedere, vizita trebuie analizată în contextul creat de evenimentul care a precedat-o.

Cercetarea noastră a avut două obiective majore: pe de o parte, am analizat modalitățile în care presa scrisă românească s-a raportat aposteriori la eveniment, mai precis măsura în care acesta a fost tratat ca fiind un *media event*, iar, pe de altă parte, am încercat să aflăm coordonatele mediatizării evenimentului în presa scrisă.

Vizita a fost abordată și analizată din numeroase perspective, în special jurnalistice, politologice, și economice. Prin acest studiu noi propunem o abordare a subiectului prin care plasăm în prim-planul analizei *evenimentul* și, deocamdată cu titlu ipotetic, *acțiunea simbolică a acestuia*.

Premisele cercetării. Perspective conceptuale și teoretice

Evenimentul modern nu se mai definește factual, ci prin asocierea cu mass media și un nou tip de evenimentialitate. Cel care a identificat aceste caracteristici pentru a defini în prezent evenimentul a fost Pierre Nora (1972). Din punctul său de vedere, pe de o parte, pentru a fi cunoscut în modernitate, evenimentul trebuie să fie mediatizat, iar pe

de altă parte, el trebuie să treacă prin trei metamorfoze: racordarea la faptul divers, și nu neapărat la semnificații istorice; teatralizarea evenimentului și implicit asocierea lui cu o anumită ambiguitate temporală și, în fine, transformarea fobiei tradiționale de evenimente (asociate fiind cu momentele de ruptură și de schimbare de status-quo în societate) într-o „foame” sau chiar o inflație de evenimente.

Evenimentul este, așadar, un construct complex și putem spune, în acest sens, că avem de-a face cu o adevărată schimbare de paradigmă științifică, noua paradigmă deschizând calea curentului constructivist¹ care a apărut în științele umane. Din perspectiva acestui curent, „media nu descriu o realitate obiectivă, existentă în sine, cât o construiesc; lumea configurată prin știri este o realitate construită” (Neveu și Quééré, 1996, 10). Unele din aceste constructe mediatică se delimitează de restul evenimentelor pentru că, pe de o parte, referentul lor este, în sine, un fapt excepțional, iar pe de altă parte, media au un comportament specific în ceea ce le privește. Aceste constructe poartă denumirea de *media events*.

Conceptul de *media event*² (sau, în literatura franceză, „une grande cérémonie télévisée”, în traducere aproximativă „o mare ceremonie televizuală”) a fost introdus în literatura de specialitate de către Daniel Dayan și Elihu Katz, care au arătat că există o clasă distinctă de evenimente mediatică care se deosebesc de alte evenimente media printr-un set de caracteristici comune: a) preplanificarea evenimentului; b) posibilitatea de a fi întrerupt; c) desfășurarea sa „în direct”; d) caracterul reverențios; e) electrizarea unor audiențe foarte largi și impunerea unor „norme” de vizionare specifice, ceea ce înseamnă dublarea fluxului comunicării de masă cu un flux al comunicării interpersonale. Perspectiva de studiu aleasă de cei doi autori pentru abordarea *media event*-ului este antropologia ceremonială, în aceeași perspectivă încadrându-ne și noi cercetarea.

Daniel Dayan și Elihu Katz au tipologizat aceste evenimente în „ceremonii” cu aspirații „normative”, pe de o parte, și „ceremonii” cu aspirații „novatoare”, pe de altă parte. În timp ce evenimentele din prima categorie sunt „hegemonice” (Dayan și Katz, 1995, 163), adică au rolul de a reconfirma valorile și ierarhiile stabilite într-o societate, evenimentele din a doua categorie, care se mai numesc și ceremonii „transformative”, au loc într-un context în care o anumită stare conflictuală a devenit latentă. În acest sens, ceremonia reia o problemă de mult timp blocată, problemă la care există o soluție oficială care, însă, nemulțumește la nivelul societății. Astfel, ceremoniile transformative aduc și impun noutatea, în special în planul simbolurilor (dar și în plan real), într-o societate stabilă. Principala întrebare la care cei doi autori au căutat răspunsul a fost aceea referitoare la specificitatea acestor evenimente, la modalitățile prin care, în cadrul acestor ceremonii, posibilul se impune ca real. Un răspuns la nivel general a fost acela că „aceste evenimente constituie nu doar ceremonii, ci chiar ritualuri; adică forme eficiente de acțiune simbolică” (*ibidem*, 168). Pornind de aici, Daniel Dayan și Elihu Katz au arătat că problema explicitării *media event*-urilor de tip transformativ deschide trei noi planuri de cercetare: ce sunt; cum acționează și cum realizează acea acțiune³.

Editorialul ca gen redacțional

Am realizat, până în acest moment, o încadrare conceptuală și teoretică a cercetării pe care ne-am propus-o, prin delimitarea paradigmei de lucru. Pentru a ne racorda, însă, la obiectivele cercetării, considerăm că trebuie făcute acum câteva precizări referitoare la corpusul empiric pentru care am optat, precizări care vor justifica opțiunea alegerii și structurării acestuia. Am delimitat un corpus analitic pentru această cercetare astfel încât să cuprindem atât partea de comentariu, de analiză a evenimentului, adică mediaticizarea

de tip editorialistic, cât și acel segment din presa scrisă în care evenimentul este tratat din punct de vedere informativ. Astfel, am studiat pe de-o parte editorialele, în cadrul cărora am inclus și acele comentarii zilnice, concretizate în rubrici permanente în unele ziare și semnate de nume cunoscute fie din spațiul jurnalistic, fie, mai general, din spațiul cultural, iar pe de altă parte capetele de ziar, ca „generice” sub semnul cărora este plasat evenimentul în registrul jurnalismului de tip informativ. Vom explica în continuare de ce am făcut această disjunție în chiar modul de structurare a corpusului empiric.

În orice tip de media (fie că este vorba de televiziune sau radio, de presă scrisă săptămânală sau cotidiană, sau, mai nou, de presă scrisă pe suport electronic), este o chestiune ce ține de evidență faptul că editorialele sunt diferite de restul materialelor alături de care apar. Cu toată evidența acestei constatări, însă, este oarecum dificil de arătat care este raportul exact în care se află cele două tipuri de producții jurnalistice (editorialele și produsele din categoria jurnalismului informativ), și, de asemenea, care este locul anume pe care îl ocupă editorialistul printre jurnaliști, astfel încât, ținând cont și de ceea ce am spus mai sus despre caracteristicile evenimentului modern, „să sesizăm contribuția sa specifică [a editorialistului – n.n.] la producția evenimentului” (Riutort, 1996, 64). Există două modalități teoretice de a delimita așa numita presă de informare de cea de analiză/comentariu. Pe de o parte, această delimitare ni se relevă dintr-o perspectivă oarecum pragmatică, ce urmărește raportarea celor două categorii profesionale la eveniment, precum și constrângerile practice la care este supus editorialistul. Aceste constrângeri îi impun acestuia o modalitate specifică de a aborda evenimentul și îl determină, în același timp, să-și construiască strategii clare de demarcare de restul editorialiștilor⁴. Avem, așadar, de-a face nu doar cu o delimitare a editorialistului în raport cu restul jurnaliștilor, ci și în raport cu restul editorialiștilor.

Pe de altă parte, putem privi această sciziune între editorialist și jurnalistul de informare din perspectiva jocurilor de limbaj și a contractului de comunicare⁵. Într-o astfel de perspectivă, ceea ce interesează nu este delimitarea din punct de vedere funcționalist a rolului pe care îl au cele două categorii de profesioniști ai presei, ci acele „vizări comunicaționale” specifice contractului și proiectului de comunicare ce apar – și, mai mult sau mai puțin, transpar – în fiecare dintre formulele textuale care concretizează un gen redacțional (Lochard, 1996, 90).

Întorcându-ne la perspectiva pragmatică precizăm, urmându-l pe Philippe Riutort, că elementul care îi caracterizează într-o primă fază pe editorialiști este atitudinea acestora de „a ține evenimentul la distanță” (Riutort, 1996, 64). Prin aceasta ei practică un jurnalism „la rece” – spre deosebire, de exemplu, de jurnalistul de teren care trebuie să fie, la modul *fizic*, în punctul cel mai „fierbinte” al evenimentelor. De asemenea, în jurnalismul de tip editorialistic „semnătura” contează – spre deosebire, iarăși, de jurnaliștii de teren care de cele mai multe ori se pierd în anonim. Nu în ultimul rând, editorialul impune, mai mult sau mai puțin, realitatea respectivă în *acel* mod descrisă. Editorialistul se află, astfel, într-o poziție ambiguă, „la jumătatea drumului dintre jurnalism și reflexia politică, filosofică sau istorică” (Sauvage, *apud* Riutort, 1996, 64). Însă, pe măsură ce editorialistul tinde să se profesionalizeze, după ce mult timp în istoria jurnalismului acest spațiu era ocupat de către „marile condeie” fie din sfera literară, fie din cea culturală, în general, are loc o definire mai precisă a „modalităților de intervenție a fiecărui tip de jurnalism” (*idem*). În acest sens, dacă jurnaliștii de informare intervin în chiar procesul de „fabricare” a evenimentului, editorialistul pare să vină „apropos”, cu alte cuvinte, să intervină după ce evenimentul a fost „cadrat”, în sensul pe care i-l dă E. Goffman (1974) acestui concept. S-ar părea astfel că editorialistul nu participă la „construcția” unui eveniment, ci

analiza sa va fi mai degrabă „în jurul” evenimentului care este deja construit. Aceasta este însă doar o falsă impresie. În realitate, editorialistul contribuie decisiv la construcția evenimentului, și o poate face în două moduri: dacă se păstrează în perspectiva în care deja este plasat evenimentul, printr-o încercare de coerentizare a evenimentului (momentele, elementele, cauzele, consecințele și efectele acestuia sunt structurate și/sau restructurate astfel încât să rezulte o schemă coerentă); pe de altă parte, dacă schimbă perspectiva, printr-o muncă de reconstrucție a întregului edificiu care este evenimentul (de la re-cadrarea specifică, la alcătuirea schemei structurante, a schemei tipizante în termenii lui Peter L. Berger și Thomas Luckmann, 1999, 42). Deci editorialistul nu numai că își aduce contribuția la construcția evenimentului, ci poate, în unele cazuri, să realizeze o reconstrucție a acestuia.

În același timp, însă, pot exista evenimente deja mult mediatizate într-o anumită formă, sub o anumită titulatură, pe care este greu, chiar pentru un editorialist de prestigiu – pentru că, în acest proces, prestigiul, „numele” este una dintre variabilele care influențează cel mai mult reușita sau nereușita – să le deformeze, adică să le impună un alt cadraj, opus celui inițial. Acesta este cazul acelor mari ceremonii televizuale, a *media event*-urilor, în clasa cărora intră și evenimentul studiat de noi. Cu atât mai interesantă devine într-o astfel de situație încercarea de a analiza/comenta evenimentul într-un registru opus celui acreditat deja de către mass media în însăși timpul desfășurării evenimentului.

Discursul editorialistului este, așadar, unul de tip „secund”, el „vorbind despre ceea ce deja s-a vorbit”. Vom vedea în continuare, pe scurt, ce implicații are această secundaritate. În primul rând, discursul editorialistului va trebui să aducă o *plus valoare substanțială*⁶, prin care va încerca o demarcare de definițiile date până la intervenția sa. În al doilea rând, va încerca o descalificare a confrăților săi (restul

editorialistilor). În al treilea rând, fiind un discurs secund despre evenimente, el este constrâns de alte elemente decât de evenimentul însuși. Editorialistul este singurul în acest domeniu care „rămâne stăpân pe timpul său”, fapt care, împreună cu celelalte determinante relevate mai sus, duce la ceea ce G. Padioleau (1976) numea „un jurnalism de rutină”. În acest fel, editorialistul trebuie să păstreze, pe de-o parte, distanța fizică față de eveniment, iar pe de altă parte, distanța simbolică față de acesta.

Ipotezele cercetării

În acest context conceptual și teoretic, *ipoteza generală* a cercetării mai extinse din care face parte acest studiu a fost următoarea: *media (presa scrisă) din România s-au autora-portat la acest eveniment (vizita din 23 noiembrie 2002 a președintelui SUA, George W. Bush) ca la un media event de tipul ceremoniei transformative.*

Ipotezele specifice ale lucrării de față⁷, sugerate atât de corpusul teoretic, cât și de campania de presă din jurul evenimentului, ipoteze prin care am încercat să testăm modul în care media, în analiza ulterioară a evenimentului, s-au racordat și s-au raportat la aspectele pe care le vom evidenția în continuare, au fost următoarele:

1. Deși novatoare, ceremonia transformativă prilejuită de vizita președintelui american a rezonat cu anumite determinante din mentalul colectiv al românilor, în speță cu ideea de securitate, de apărare a granițelor.

2. În mediatizarea evenimentului analizat, cele două registre distincte – jurnalismul de informare (vizat de noi prin analiza capcotelor de ziar) și jurnalismul de comentariu (editorialele) – tind să se suprapună, primul registru devenind, la rândul lui, jurnalism de comentariu sau analiză.

Deoarece ne-am propus să studiem (auto)raportarea *a-posteriori* a presei la vizită, am testat ipotezele noastre prin analiza presei scrise apărute *după* desfășurarea evenimentului, adică a vizitei (în cazul nostru, presa

din prima zi lucrătoare care a urmat ceremoniei de sâmbătă, 23 noiembrie, anume ziarele de luni, 25 noiembrie 2002). Am optat pentru acest corpus empiric deoarece ne interesează o raportare "la rece" a media la eveniment, atitudinea lor din momentul de "intrare în normalitate" imediat următor ceremoniei, atunci când ele se decuplează de la funcțiile improprii induse de participarea la construirea faptelor și se reîntorc la funcțiile lor uzuale.

Metodologia

Am utilizat ca metodă de cercetare *analiza de conținut*⁸. Materialului lingvistic ales pentru analiză a fost constituit din articole de presa scrisă din cele mai importante 11 cotidiene naționale centrale care apar în România: Adevărul, România Liberă, Evenimentul Zilei, Ziua, Jurnalul Național, Libertatea, Național, Gardianul, Cotidianul, Curentul și Cronica Română.

Deoarece ne-au interesat atitudinea presei scrise, ca și coordonatele mediatizării vizitei *după* desfășurarea și consumarea evenimentului, am analizat ziarele apărute în prima zi lucrătoare care a urmat vizitei, adică ziarele de luni, 25 noiembrie 2002, iar din cadrul acestora am selectat pentru analiză două categorii de genuri jurnalistice: în primul rând, *editorialele*, în cadrul cărora am inclus, acolo unde există, și *rubricile permanente consacrate unor comentarii*, scrise, de obicei, de același jurnalist sau "analist" (cum ar fi Constantin Bălăceanu-Stolnici cu rubrica "La judecata zilei" în Ziua, Tudor Octavian cu rubrica "Scriitor la ziar" în Național sau Marius Tucă cu rubrica "Jurnal vertical" în Jurnalul Național); în al doilea rând, *capetele de ziar*⁹, pe care le-am considerat "generice" sub semnul cărora este plasat evenimentul în registrul jurnalismului de tip informativ.

Următoarea etapă a aplicării analizei de conținut este reprezentată de *alegerea tehnicilor și procedeele de analiză a conținutului*. Alegerea unui procedeu sau a altuia impune moduri specifice de determinare a unităților analizei de conținut, la fel cum această

alegere depinde de tema de cercetare și de materialul care urmează a fi supus analizei (Chelcea, 1985, 101). Am reținut ca tehnici de analiză pentru acest studiu, pe de o parte, *analiza frecvențelor*, care este procedeul clasic al analizei de conținut și constă în determinarea numărului de apariții ale unităților de înregistrare în sistemul categoriilor de analiză, iar pe de altă parte, *analiza tendinței*, care pornește de la analiza frecvențelor, urmărind să pună în evidență, în cadrul comunității, orientarea sau atitudinea pozitivă (favorabilă), neutră sau negativă (nefavorabilă) a comunicatorilor față de o anumită temă sau un anumit subiect (*ibidem*, pp.101-102).

Grila de analiză

În funcție de cele două obiective precizate la începutul studiului nostru, am construit grila de analiză în două direcții distincte, dar interdependente în același timp. Pe de o parte, am delimitat itemii sau unitățile analitice referitoare la redimensionarea spațio-temporală, la eveniment văzut ca ceremonie transformativă, novatoare. Pe de altă parte, am delimitat itemii sau unitățile analitice care să ne permită descrierea și analiza elementelor de mediatizare a posteriori a evenimentului. Precizăm, de asemenea, că am aplicat grila de analiză pe care o vom prezenta în continuare doar în cazul editorialelor și al rubricilor de comentarii, care se pretează la o analiză de conținut de factură cantitativă și calitativă, în același timp. În cazul "capetelor de ziar", am realizat, așa cum se va vedea, o analiză exclusiv calitativă, de identificare și mai ales interpretare a temelor și subiectelor mediatizate.

Grila de analiză pe care am construit-o cuprinde șapte itemi⁹. Așa cum se va vedea, o parte din itemii prin care analizăm coordonatele mediatizării evenimentului au, la rândul lor, un număr mai mare sau mai mic de *sub-itemi*. Unitățile de înregistrare delimitate diferă în funcție de specificitatea analizei. Astfel, pentru toți itemii referitori la auto-raportarea presei la eveniment, ca și pentru unul din itemii mediatizării, unitățile de

înregistrare au fost reprezentate de *teme*. Am consemnat, aşadar, dacă temele pe care le-am identificat, conform ipotezelor noastre, apar sau nu în corpusul de analiză delimitat, (editorialele şi rubricile permanente de comentarii). Pentru restul itemilor prin care analizăm mediatizarea evenimentului în presa scrisă românească, unitatea de înregistrare a fost *cuvântul (sau expresiile verbale echivalente)*. Dacă în cazul unităţilor de înregistrare constituite de teme acestea apar sau nu într-un articol (vom avea, deci, cel mult o temă / articol), în cazul unităţilor de înregistrare reprezentate de cuvinte sau expresii verbale echivalente, am consemnat numărul de apariţii al acestora în corpusul nostru de analiză (am numărat, de fiecare dată, apariţia lor în text).

Itemii a căror analiză şi interpretare o reţinem în acest studiu sunt următorii:

A. *Itemii "evenimentului transformativ" (redimensionarea spaţio-temporală)*

I "*Redimensionarea spaţială*" – cu următoarele unităţi de înregistrare / teme:

I.a. Poziţia geografică a României se transformă din "zonă tampon" între două spaţii (puteri) opuse, în zonă de joncţiune a două spaţii diferite, dar nu opuse;

I.b. Vecinătăţile generatoare de insecuritate în trecut se transformă acum în aliaţi (nu doar Rusia, dar şi Bulgaria şi – mai ales – Ungaria);

I.c. Garantarea inviolabilităţii frontierelor;

I.d. Deschiderea la Marea Neagră – valorificată acum pozitiv în noul context politic internaţional;

I.e. Reintegrarea în Europa / în familia democratică occidentală.

II. *"Atitudine faţă de noua relaţie cu Rusia"*:

II.a. „Împăcarea” cu Rusia ca aliat NATO de pe poziţia unui membru NATO (în sensul tratării, acum, de la egal la egal în relaţia cu Rusia, pentru că am devenit un "cap de pod american" – „împăcarea” apare ca acţiune necontradictorie, aici fiind prezent caracterul novator paradoxal al ceremoniilor transformative);

II.b. «Împăcarea» cu Rusia ca reconfirmare a poziţionării noastre în zona de influenţă rusească (România = victimă, din nou, a unui pact secret între SUA şi Rusia, "nu s-a schimbat, de fapt, nimic").

III. *"Mitul venirii americanilor"*:

III.a. «Venirea americanilor» apare în accepţiunea mitologică, ce implică transformarea, aduce schimbarea (americanii ca "salvatori" care "în sfârşit au venit");

III.b. «Venirea americanilor» ca fapt banal, fără semnificaţie simbolică, fără accepţiune mitologică (au venit, dar sunt "în trecere", au mai fost şi alţi preşedinţi americani, nimic nu particularizează această vizită).

B. *Itemii "mediatizării" evenimentului*

IV. *"Concepte"* – cu sub-itemii:

IV.1. *Concepte "pozitive"*, cu următoarele unităţi de înregistrare (cuvinte): a. libertate; b. democraţie; c. siguranţă / securitate (în sensul de siguranţă); d. pace / pacifism; e. toleranţă; f. prosperitate; g. independenţă; h. cooperare / colaborare; i. reformă / restructurare.

IV.2. *Concepte "negative"*: a. comunism; b. totalitarism / fundamentalism; c. tiranie / dictatură; d. terorism; e. corupţie; f. birocrăţie; g. pericol / ameninţare / insecuritate.

IV.3. *Concepte "ambivalente"*: a. război (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ); b. globalizare (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ).

IV.4. *Concepte "supreme"*: a. Dumnezeu (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ); b. curcubeu (fie în sens pozitiv, fie în sens negativ).

Câteva precizări se cuvin a fi făcute aici. Determinatele (pozitiv, negativ, ambivalent şi suprem) prin care "tipologizăm" conceptele ne aparţin. Am introdus în cadrul conceptelor pe care le denumim "pozitive" cuvintele, cu valoare de unităţi de înregistrare în acest caz, care exprimă valori democratice spre care tindem (libertate, prosperitate etc.), idealuri istorice (siguranţă, independenţă etc.) etc. În cadrul conceptelor denumite "negative" am

numărat cuvinte care exprimă atât pericole sau stări externe, globale, care ne afectează în aceeași măsură și pe noi (precum fundamentalismul, tirania, amenințarea, terorismul etc.), cât și probleme interne ale țării noastre (precum corupția, birocrăția). În ceea ce privește conceptele denumite “ambivalente”, am delimitat și am numărat în corpusul de analiză ca atare, între război “pozitiv” și război “negativ”. Deși poate părea un non-sens, războiul fiind, în general, considerat și perceput ca un fenomen eminent negativ, am considerat, cu atât mai mult, că trebuie să facem această delimitare: în prezent, se vorbește tot mai mult despre războiul împotriva terorismului, dictaturii, tiraniei sau fundamentalismului, război la care orice țară democratică ar trebui să ia parte (un astfel de sens apare chiar în discursul președintelui american), și, din acest punct de vedere, un astfel de război, în scopuri umaniste, este benefic, deci “pozitiv”. Un astfel de concept este radical diferit, după părerea noastră, de sensul războiului ca fenomen distructiv, nimicitor, sens pe care l-am consemnat ca atare sub forma conceptului de război “negativ”. Aceleași considerente le are la bază și delimitarea dintre globalizare “pozitivă” și “negativă”: în primul caz, globalizarea este concepută și mediatizată ca fenomen benefic, progresist, în timp ce în cel de-al doilea caz este văzută ca fenomen de distrugere a identităților, de masificare etc. În fine, am caracterizat drept “supreme” conceptele de Dumnezeu și curcubeu, concepte utilizate frecvent în discursul lui George W. Bush dar și în discursul presei scrise (așa cum vom vedea, în special în “capetele de ziar”). Dihotomia “pozitiv” – “negativ” se regăsește chiar și aici: am consemnat pentru “pozitiv” toate referirile la aceste concepte sau la semnificația lor, în legătură cu evenimentul sau cu viitorul deschis de acesta, în timp ce pentru “negativ” am consemnat situațiile în care era negată explicit orice semnificație sau rol pe care l-ar juca Dumnezeu și curcubeul (ca semn al lui Dumnezeu).

Așa cum se observă, deși analiza de conținut pe care o întreprindem în acest caz este de factură cantitativă (unitățile de înregistrare sunt numărate), ea devine în mare măsură calitativă prin atenția acordată *contextului* în care apare și *semnificației* care i se dă fiecărei unități de înregistrare pe care o consemnăm.

V. “*Actori*” – cu sub-itemii:

V.1. “*Actori români*”, cu următoarele unități de înregistrare (cuvinte sau expresii verbale echivalente): a. poporul / românii; b. conducerea politică actuală; c. conducerea politică 1996-2000; d. clasa politică în general / politicienii (nedefinit); e. societatea civilă; f. presa.

V.2. “*Actori străini*”: a. NATO; b. Uniunea Europeană; c. conducerea politică din SUA; d. conducerea politică din Franța; e. conducerea politică din Marea Britanie; f. cetățenii / populația occidentală (în general); g. Occidentul / Vestul (în general); h. Răsăritul / Estul (în general).

VI. “*Agenți*” – cu sub-itemii:

VI.1. “*Agenți state*”, cu următoarele unități de înregistrare (cuvinte): a. România; b. SUA; c. Franța; d. Marea Britanie; e. Germania; f. Rusia; g. Irak; h. Iugoslavia; i. Ungaria.

VI.2. “*Agenți individuali*”: a. George W. Bush; b. Ion Iliescu; c. Emil Constantinescu; d. Adrian Năstase; e. Regele Mihai; f. Bill Clinton; g. Jacques Chirac; h. Tony Blair; i. Vladimir Putin; j. Saddam Hussein.

VII. “*Caracterizarea evenimentului*” – cu următoarele unități de înregistrare / teme:

VII.a. Eveniment excepțional / caracter ceremonial / sărbătoare;

VII.b. Festivism / “mascaradă” națională / manifestare a slugărniceii;

VII.c. Fără referire.

Utilizarea tehnicii analizei de tendință. În cazul unora dintre itemii prezentați mai sus, am utilizat, pe lângă procedeul analizei frecvențelor, și un alt procedeu de analiză, anume analiza de tendință. Am aplicat această tehnică doar în cazul acelor itemi care au putut

fi supuși unui asemenea procedeu. Am folosit formula de calcul a indicelui analizei de tendință conform căreia $AT=(F-D)/L$, unde AT = indicele de analiză a tendinței, F = numărul de unități favorabile, D = numărul de unități defavorabile și L = numărul de unități în legătură cu tema (Chelcea, 1985, 103). Pentru a putea adapta această tehnică la specificul cercetării noastre și, prin aceasta, pentru a putea obține rezultate relevante, am delimitat în cadrul unora dintre itemii noștri câteva perechi dihotomice de categorii, pentru a vedea care dintre elementele acestor perechi au fost mai mult mediatizate, și în ce măsură. În aceste condiții, în cazul nostru F se referă la valoarea primului element (unități de înregistrare) al fiecărei perechi delimitate, iar D la valoarea celui de-al doilea element (ambele valori se regăsesc în calculele din tabelele analizei de frecvență). Cum indicele poate lua valori cuprinse între +1 și -1, vom spune că primul element a fost cu atât mai mult mediatizat față de cel de-al doilea, cu cât valoarea indicelui se apropie mai mult de +1. La polul opus, cu cât valoarea indicelui analizei de tendință se apropie mai mult de -1, cu atât al doilea element al perechii a fost mai mediatizat decât primul. Cu cât valoarea indicelui se apropie mai mult de 0, cu atât mediatizarea celor două elemente a fost mai echilibrată, mai "neutră".

Itemii și perechile de categorii (unități de înregistrare) reținute pentru a fi filtrate prin analiza de tendință sunt următoarele:

1. Atitudinea față de noua relație cu Rusia, cu perechea de elemente: F = "împăcare cu Rusia ca aliat al NATO de pe poziția unui membru NATO (caracter novator paradoxal)" și D = "împăcare cu Rusia ca reconfirmare a poziționării noastre în zona de influență rusească (România = victimă, din nou, a unui pact secret între SUA și Rusia)".

2. Mitul "venirii americanilor", cu perechea de elemente: F = "«venirea americanilor» în accepțiune mitologică, aducând schimbarea, ca «salvatori»" și D = "«venirea americanilor» ca fapt banal, fără semnificație simbolică, mitologică".

3. Caracterizarea evenimentului, cu perechea de elemente: F = "eveniment excepțional / sărbătoare / caracter ceremonial" și D = "festivism / mascaradă națională / manifestare a slugărniciei".

Deoarece în cazul acestor itemi categoriile (unitățile de înregistrare) se exclud reciproc, am putut calcula aici atât $AT_1=(F-D)/L$, unde L reprezintă numărul de unități în legătură cu tema, cât și $AT_2=(F-D)/T$, unde T reprezintă numărul total de unități (conținutul total), care este, în cazul nostru, 15 (materiale analizate în total).

4. Concepte, cu perechea de elemente: F = "concepte pozitive" (per ansamblu) și D = "concepte negative" (per ansamblu).

5. Actori, cu perechea de elemente: F = "actori români" (per ansamblu) și D = "actori străini" (per ansamblu)¹⁰.

6. Agenți state 1, cu perechea de elemente: F = "România" și D = "SUA".

7. Agenți state 2, cu perechea de elemente: F = "România" și D = "Rusia".

8. Agenți state 3, cu perechea de elemente: F = "SUA" și D = "Rusia".

9. Agenți individuali, cu perechea de elemente: F = "Ion Iliescu" și D = "George W. Bush".

În cazul acestor din urmă șase itemi, datorită specificului lor, am calculat indicele analizei de tendință doar după formula $AT=(F-D)/L$. În schimb, am putut aprofunda aici analiza și pentru fiecare ziar în parte.

Rezultatele aplicării ambelor procedee de analiză de conținut - analiza frecvențelor și analiza de tendință - structurate pe o parte din itemii enumerați mai sus, se regăsesc în tabelele prezentate în anexa de la sfârșitul studiului.

Rezultatele și interpretarea datelor

Am verificat confirmarea sau infirmarea ipotezelor noastre specifice prin analiza itemilor delimitați în grila de analiză și a unităților de înregistrare corespunzătoare acestora. Prima ipoteză specifică, referitoare la

noile garanții de securitate și la integritatea teritorială a României, a fost verificată prin analiza itemilor Ț.c, IV.1.c, IV.2.g și III, în timp ce a doua ipoteză a fost supusă verificării prin compararea rezultatelor obținute din analiza celor două părți ale corpusului nostru empiric.

Datele de analiză care relevă frecvența cu care au fost mediatizați cei trei „agenți – state” centrali în eveniment: România, SUA și Rusia, scot în evidență faptul că, per ansamblul primei părți a corpusului de analiză (editorialele și rubricile de comentarii), România a fost cel mai mediatizat agent, cu 88 de apariții, urmat de SUA cu 45 și, relativ îndeaproape, de Rusia, cu 36 de apariții (cei doi indici ai analizei de tendință fiind: +0,32, în cazul România/SUA, respectiv +0,42 în cazul România/Rusia). Dintre ziarele cuprinse de analiză, Adevărul se distinge prin mediatizarea cea mai frecventă a „agenților” România (24) și SUA (16), în timp ce Rusia apare cel mai frecvent în Cotidianul (10 apariții). Remarcăm, așa cum se observă și din tabelele 8 și 14 din anexă, că, deși în general SUA este mai mediatizată decât Rusia (indice al analizei de tendință: +0,11), totuși există și excepții. Astfel, observăm că în trei dintre cotidiene, anume Jurnalul Național, Evenimentul Zilei și Curentul, Rusia apare de mai multe ori decât SUA, respectiv 8/2, 5/0 și 3/2. Acest fapt se reflectă în valorile negative ale indicilor analizei de tendință calculați. Tot în trei ziare: Curentul, Cotidianul și Jurnalul Național, Rusia este chiar mai frecvent mediatizată decât România, lucru vizibil prin valorile negative înregistrate de indicii calculați (vezi tabelul 13 din anexă). Interesant de observat, dacă ținem cont și de cele spuse cu privire la valorizarea noii relații cu Rusia, este faptul că Evenimentul Zilei și Jurnalul Național, cele două ziare care mediatizează cel mai frecvent Rusia în raport cu SUA (vezi indicii analizei de tendință din tabelul 14, cu valorile de - 1, respectiv - 0,6), se diferențiază semnificativ, aflându-se chiar la poli opuși, dacă luăm în considerare atitudinea lor față de eveniment.

Merită să amintim, în acest punct, faptul că ziarele care au constituit corpusul nostru de analiză ne-au confirmat și multe din afirmațiile cuprinse în corpusul teoretic. Astfel, în ceea ce privește proeminența invitatului în mediatizarea evenimentului, precum și figura centrală pe care o ocupă acesta în etapa a treia a ceremoniei transformative, datele noastre empirice ne arată că în topul celor mai mediatizați agenți individuali conduce, detașat, invitatul, George W. Bush, cu 81 de apariții, urmat, la mare distanță, de personalitatea gazdă, Ion Iliescu, cu doar 15 apariții. Acest raport se poate observa și din indicii, în majoritate negativi, calculați în tabelul 15 din anexă, care ne relevă tendința generală de a fi accentuată figura invitatului. Excepție fac, pe de o parte, rubrica de comentariu din Ziua, unde valoarea indicelui (0) denotă mediatizarea echilibrată a celor doi agenți individuali și, pe de altă parte, ziarul Național, atât editorialul, cât și comentariul, în care valoarea zero a indicelui este dată de absența totală, din mediatizarea evenimentului, a celor două personalități.

În ceea ce privește prima ipoteză specifică a cercetării noastre, referitoare la siguranță / securitate ca element central al mentalului românesc, constatăm, cel puțin la nivelul relevant de mediatizarea acestui eveniment cu caracter novator, că această temă își păstrează același loc central. Astfel, conceptul de „siguranță / securitate” este cel mai mediatizat dintre conceptele pozitive (apare de 24 de ori), fiind urmat la mare distanță de conceptul de „democrație”, cu doar 15 apariții. Acest fapt ne sugerează, pe de o parte, importanța dată în prezent acestei teme în cadrul Alianței Nord-Atlantice, iar pe de altă parte, ne indică locul central pe care continuă să îl ocupe securitatea în mentalul românesc. Dintre ziarele analizate, Cotidianul este cel care mediatizează cel mai frecvent acest termen (7). Conceptul opus, cel de „insecuritate / amenințare / pericol”, apare de 9 ori în materialele studiate, cel mai mediatizat dintre conceptele incluse în categoria celor negative

fiind acela de "terorism" (cu 12 apariții). O interpretare posibilă a acestor date este aceea că, deși securitatea reprezintă în prezent valoarea supremă a NATO, totuși „dușmanul” declarat al acesteia nu este insecuritatea, în genere, ci terorismul.

Ca o observație, per total conceptele pozitive depășesc, ca pondere, pe cele negative (raportul fiind de 86 la 59, iar indicele analizei de tendință având o valoare de +0,19), același raport regăsindu-se și la nivelul fiecărui ziar. Există, totuși, și câteva excepții, cele mai evidente fiind *Cronica Română* și rubrica de comentarii din *Ziua* (în ambele $AT = -1$), dar și rubrica de comentarii din *Național* și editorialul ziarului *Adevărul* (unde înregistrăm un indice $AT = -0,33$). Acest din urmă ziar merită, considerăm noi, o atenție specială din acest punct de vedere: așa cum se observă din tabelele 4 și 5 din anexă, *Adevărul* este unul dintre ziarele în care evenimentul este mediatizat, per ansamblu, printr-un număr foarte mare de concepte (pozitive + negative), iar în acest caz numărul conceptelor negative este dublu față de numărul celor pozitive (14 / 7).

Tot în contextul siguranței, putem interpreta și pregnanța cu care se impune în cadrul mediatizării evenimentului viziunea mitică în perspectiva căreia „venirea americanilor” este văzută și valorizată ca reprezentând „salvarea”. Astfel, din 15 materiale analizate, 5 plasează evenimentul în paradigma acestui mit, față de numai 3 care privesc „venirea americanilor” ca incidentală, fără vreo semnificație aparte. În restul articolelor studiate, nu se face referire la această temă. Observăm, ca o confirmare, valorile pozitive ale indicilor analizei de tendință și în acest caz, anume $AT_1 = +0,25$, atunci când am luat în considerare doar unitățile în legătură cu tema, respectiv $AT_2 = +0,13$, atunci când am luat în considerare totalul materialelor analizate (vezi tabelul 11 din anexă).

În urma analizei de conținut tematică a celei de-a doua părți a corpusului nostru empiric, rezultatele ne-au relevat următoarele teme:

a) *Rolul României în Alianța Nord-Atlantică*, în contextul extinderii acesteia. Regăsim această temă în ziarele *Cotidianul*, *Curentul* și *Cronica Română*;

b) *Curcubeul* – ca semn supranatural sub care a fost așezată vizita, în ziarele *Evenimentul Zilei* și *Național*;

c) *Noile relații ale României cu Marile Puteri*, cu variantele:

c1) *Viitoarea relație cu Rusia*, în ziarul *Ziua*;

c2) *Noua relație cu Statele Unite ale Americii*, în ziarul *Gardianul*;

d) *Relevarea „adevăraturii” înțeles al vizitei* – necesitatea „curățării sistemului”, în *Jurnalul Național*;

e) *Apropierea (fizică) a președintelui american de poporul român*, în *Adevărul*;

f) *Anticiparea corectă, de către ziar, a programului vizitei* (metadiscurs), în *România Liberă*;

g) *Costurile, în cash, ale vizitei, raportate la durata acesteia*, în *Libertatea*.

Toate aceste teme sunt ilustrate de tabelul de mai jos, în care prezentăm forma brută în care am regăsit în ziare aceste genuri jurnalistice. Am luat în considerare, în clasificarea de mai sus, atât „capul de ziar” propriu-zis, adică titlul mare care definește ediția respectivă a ziarului, cât și „supratitlul” care îl precedează, supratitlu care are scopul de a explica și întregi capul de ziar. Cum ultima noastră ipoteză implica o comparație a celor două registre jurnalistice (comentarii/analiză, versus informare), prezentăm, în continuare, o structurare a acestei comparații la nivelul fiecărui ziar. (A se vedea Tabelul 1)

Cea de-a doua ipoteză a studiului nostru, ipoteză care se situează pe un alt nivel al analizei deoarece se referă nu atât la conținutul mediatizării, cât la modul de raportare a presei la eveniment, din perspectiva genurilor redacționale, ne-a fost indusă de natura specifică a evenimentului. Deoarece a fost vorba despre un *media event*, aceasta implicând mai

Tabelul 1. Temele celor două tipuri de registre jurnalistice în ziarele analizate

Ziarul	Titlul editorialului	Supratitlu la capul de ziar	Capul de ziar
Adevărul	America are planuri mari cu noi	<i>Sub privirile tensionate la maximum ale agenților de protecție americani,</i>	PREȘEDINTELE BUSH A COBORÂT PRINTRE ROMÂNI
România Liberă	Gata cu minciunile!	<i>Publicând în avans programul vizitei președintelui Bush</i>	N-AM FĂCUT SPECULAȚII!
Evenimentul Zilei	„O punte către o nouă Rusie”	-	CURCUBEUL, SEMNUL LEGĂMÂNTULUI ÎNTRE DUMNEZEU ȘI OAMENI
Ziua Jurnalul Național*	Intrăm în altă lume Președintele Bush ne-a spart sticla de șampanie	- <i>Mesajul din spatele ușilor închise</i>	ATENȚIE LA RUSIA CURĂȚAȚI SISTEMUL!
Libertatea	«Mai vino iarăși pe la noi, măi George dragă!»	<i>Vizita lui George Bush la București:</i>	35 DE MILIARDE PENTRU 4 ORE
Național	Ochiul la ceață și mâna pe muncă	-	CURCUBEUL LUI BUSH
Gardianul	Drumul de la uși deschise la invitarea în casă	<i>G. W. Bush, președintele SUA, a dat garanții ferme că, de ieri, țara noastră este un aliat important al Americii</i>	«DUMNEZEU SĂ BINECUVÂNTEZE ROMÂNIA»
Cotidianul	România în noul NATO	<i>Vizită. George W. Bush a trasat rolul țării noastre în viitoarea configurație a Alianței Nord-Atlantice</i>	CEC ÎN ALB SUB ZÂMBETUL LUI DUMNEZEU
Curentul	Umbre și umbrele	<i>În vizita-fulger de patru ore la București</i>	BUSH A “DESENAT” NOUA ROMÂNIE
Cronica Română	Până și sultanul stătea mai mult!	<i>Extinderea NATO nu înseamnă doar admiterea de noi membri:</i>	NATO ÎNCEPE PERESTROIKA

Notă* Acest ziar este singurul care își „prezintă”, în sensul de advertising (își „vinde”), editorialul pe prima pagină, chiar deasupra de capul de ziar. Pe o banderolă roșie, se face trimiterea la editorial: «Ion Cristoiu despre noile relații cu Rusia. Într-un editorial intitulat „Președintele Bush ne-a spart sticla de șampanie”, analistul politic al „Jurnalului” vorbește despre „cumințirea” ce va fi impusă României în raporturile cu Rusia», text împărțit în două de fotografia editorialistului. Această operațiune nu face neapărat parte dintr-o strategie de vizibilizare a editorialului, de publicizare a lui (cum se practică în ziarul Ziua, de exemplu), ci prin ea se încearcă crearea și/sau consolidarea rolului mediatic al editorialistului. Este vorba despre ceea ce Riutort (1996, 67) numea „acordarea unei prezumții de competență”, prin apelul la titulatura editorialistului („analistul politic”), care îi conferă „dreptul la cuvânt” și prin fotografia atașată, care îl evidențiază și îl singularizează.

ales o mediatizare televizuală în direct (toate posturile TV centrale au transmis în direct vizita), era de presupus ca în presa scrisă ulterioară partea care ține de informarea asupra evenimentului să nu ocupe o pondere prea mare, spațiul urmând să fie alocat mai degrabă comentariilor.

Și această ipoteză ne-a fost confirmată, cu o singură nuanță: spațiul informațional s-a împărțit „echitabil” între comentarii și imagini¹¹. Astfel, analiza comparativă a celor două corpusuri empirice ne relevă faptul că temele sub care este așezat evenimentul în capetele de ziar (inclusiv în analiza acestora și supratitlurile care le-au însoțit) sunt, în mare parte, asemănătoare celor regăsite în editoriale, așa cum se observă și în tabelul de mai sus. Aici putem include majoritatea ziarelor, care fie privesc evenimentul din perspectiva curcubeului și al interpretării posibile a acestuia, fie din perspectiva implicațiilor politico-economice ale integrării României, fie din perspectiva politicii externe viitoare a României. Un caz aparte îl constituie ziarele România Liberă și Libertatea. Primul practică în chiar capul de ziar un meta-discurs, pentru că el nu se referă la eveniment ca atare, ci la propriul său discurs anterior cu privire la eveniment. Astfel, știrea care „deschide” ziarul este aceea că „N-am făcut speculații!”. În ceea ce privește Libertatea, tema generală sub care este mediatizată vizita este cea a costurilor acesteia, fiind îndusă și ideea eficienței (raport cost / beneficiu).

Această viziune este, însă, coerentă cu identitatea declarată a ziarului, aceea de ziar popular, tabloid, contractul său de comunicare cu publicul propriu incluzând registrul „gospodăresc”.

În concluzie, putem spune că, în mare măsură, ipotezele au fost confirmate, iar per ansamblu evenimentul a fost mediatizat ca fiind unul excepțional, în 10 din 15 materiale analizate fiind scos în evidență caracterul ceremonial, sărbătoresc al vizitei. De altfel (vezi tabelul 11 din anexă), observăm că în cazul acestui item, comparativ cu ceilalți doi, se înregistrează cea mai mare valoare a indicelui AT_2 , anume +0,53, ceea ce demonstrează nu doar atitudinea precumpănitoare a ziarelor românești de a caracteriza astfel evenimentul ($AT_1 = +0,67$), ci și atenția mare acordată pentru sublinierea acestei nuanțări. Interpretarea rezultatelor cercetării relevă faptul că 9 din cele 11 ziare studiate s-au raportat ulterior la momentul pe care l-am analizat ca la un *media event de tip transformativ*, cu nuanțările deja delimitate mai sus, fiind susținută, în acest fel, ipoteza noastră generală. Aceste concluzii sunt întărite și de o simplă constatare empirică. Toate cotidienele analizate, fără nici o excepție, au consacrat evenimentului atât capul de ziar, cât și editorialul, adică cele două genuri redacționale care definesc ediția unui ziar, ceea ce, în sine, din punct de vedere jurnalistic, marchează excepționalitatea unui moment mediatizat.

NOTE

¹ La sugestia profesorului Dumitru Sandu, amintim aici despre tendința care se manifestă în ontologie și în filosofia științei de a defini în termeni cât mai stricți concepte uzuale, precum cele de „stare”, „eveniment” sau „proces”. În acest sens, Mario Bunge (1984, 107-136), propune definirea evenimentului ca „schimbare de stare” (p. 107), stare care, la rândul ei, este descriabilă prin variabilele de stare sau funcțiile de stare. Definiția lui Bunge ne-ar îndreptăți să spunem că este preferată o paradigmă realistă, opusă celei constructiviste, în care ne-am plasat noi cercetarea. Vedem, însă, imediat, că acest „realism brut” se menține doar la nivel ontologic, pe când la nivelul filosofiei științei intră în scenă și receptorul sau subiectul cunoscător. Astfel, ni se spune că „reprezentarea noastră despre o astfel de stare va depinde de funcția de stare aleasă ca să reprezinte lucrul – a cărei alegere depinde, la rândul său, de starea cunoașterii noastre, ca și de scopurile noastre” (p. 123). Deși nu se ajunge la constructivism, totuși, din punctul nostru de vedere, o astfel de definiție reprezintă un prim pas în această direcție.

² Utilizăm conceptul de „media event” ca atare, preluat din limba engleză, deoarece considerăm că înțelesul conceptului de „eveniment media”, traducerea fidelă a termenului englezesc, acoperă, în limba română, o sferă mult mai largă, el nefiind superpozabil cu înțelesul conceptului de media event (sau „une grande cérémonie télévisée”).

³ O detaliere a perspectivei teoretice și conceptuale deschisă de Daniel Dayan și Elihu Katz, perspectivă în care ne înscriem și noi cercetarea, poate fi găsită în articolul nostru „Istoria unui curcubeu - Comentariile presei scrise românești după un media event”, *Jurnalism și Comunicare*, 2, 2003, pp. 67-82.

⁴ Philippe Riutort, *Grandir l'événement. L'art et le manière de l'éditorialiste*, *Reseaux*, 1996, 76.

⁵ Despre contractul de comunicare, vezi Patrick Charaudeau, *Grammaire de sens et de l'expression*, Hachette, 1992.

⁶ Le Bohec a lansat termenul într-un articol în care se referea la geneza socială a „fenomenului Le Pen”, *L'Aquarium*, 10, 1992 (apud Riutort, 1996, 65).

⁷ Alte ipoteze specifice testate în cadrul cercetării mai largi a cărei parte este și acest studiu, ca și rezultatele obținute, pot fi consultate în articolul precizat în nota de subsol 3.

⁸ Aderăm la definițiile metodei analizei de conținut formulate de Holsti (1969) și Kerlinger (1986). În lucrarea „Content Analysis for the Social Sciences and Humanities” (1969), O.R. Holsti spunea că „analiza de conținut este acea tehnică de a face inferențe în identificarea obiectivă și sistematică a caracteristicilor de care dispun mesajele” (Holsti, 1969, 14). În 1986, Kerlinger definea analiza de conținut ca „metoda de studiere și analiză a comunicării într-o manieră sistematică, obiectivă și cuantificabilă, cu scopul de a măsura variabilele” (apud Gunter, 2000, 56), deosebirea față de definiția lui Holsti fiind, așa cum se observă, adăugarea caracteristicii de a fi „cuantificabilă”. Am avut în vedere noua tendință în aplicarea metodei analizei de conținut, anume o trecere de la analiza uneori exclusiv cantitativă la tehnici mai rafinate, de factură calitativă ale studiului conținutului mesajelor. Ceea ce nu înseamnă a renunța complet la latura cantitativă, „cuantificabilă” a analizei de conținut, ci doar a lua în considerare factorii calitativi și contextele efective ale comunicării atunci când interpretăm conținutul unui mesaj. Din punct de vedere teoretic, o astfel de abordare a fost determinată de trecerea progresivă de la cercetările empirice pozitivistice la paradigmele critice și interpretative (Gunter, 2000, 57). În tradiția acestei tendințe ne înscriem și noi cercetarea, cu atât mai mult cu cât latura calitativă a tehnicii analizei de conținut primează în cadrul demersului nostru.

⁹ În ansamblul său, cercetarea a avut o grilă de analiză mai amplă, cuprinzând 12 itemi sau unități analitice. Dat fiind spațiul restrâns la care trebuie să ne limităm în acest studiu, prezentăm aici doar rezultatele în legătură cu 7 dintre aceștia, pe care i-am considerat a fi cei mai relevanți pentru scopurile noastre.

¹⁰ Deși unele dintre polaritățile din perechile de elemente sunt relativ artificiale, totuși reținerea lor pentru o analiză de tendință este motivată de relevanța pe care o au asupra scopurilor cercetării noastre.

¹¹ Locul special pe care îl are imaginea în mediatizarea acestui tip de evenimente merită o analiză aparte.

Bibliografie

- Adameșteanu, Gabriela. (1997). Prefață. În Girardet, Raul, *Mituri și mitologii politice*. Iași: Institutul European.
- Berelson, Bernard. [1952] (1971). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.
- Berger, Peter L. și Luckmann, Thomas. (1999). *Construcția socială a realității*. București: Editura Univers.
- Bunge, Mario. (1984). *Știință și filosofie*. București: Editura Politică.
- Charaudeau, Patrick. (1997). Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information. *Reseaux*, 81.
- Chelcea, Septimiu. (1985). Analiza conținutului documentelor sociale. În S. Chelcea (coord.). *Semnificația documentelor sociale* (pp. 78-113). București: Editura Științifică și Enciclopedică.
- Chelcea, S., Mărginean, I. și Cauc, I. (1998). *Cercetarea sociologică. Metode și tehnici*. Deva: Editura Destin.
- Coman, Mihai. (1996). L'événement rituel: médias et ceremonies politiques. La Place de l'Université à Bucarest en décembre 1990. *Reseaux*, 76.
- Dayan, Daniel și Katz, Elihu. (1992). *Media Events*. Cambridge: Harvard University Press.
- Dayan, Daniel și Katz, Elihu. (1995). Télévision d'intervention et spectacle politique. *Hermès*, 17-18.
- Girardet, Raul. (1997). *Mituri și mitologii politice*. Iași: Institutul European.
- Goffman, E. (1974). *Les cadres de l'expérience*. Paris: Minuit.
- Gosslin, André. (1995). La communication politique. Cartographie d'un champ de recherche et d'activités. *Hermès*, 17-18.
- Gunter, Barrie. (2000). *Media Research Methods*. Londra. Thousand Oaks. New Delhi: Sage Publications.
- Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. New York: Free Press.
- Jost, François. (1997). La promesse des genres. *Reseaux*, 81.
- Kuhn, Thomas. (1976). *Structura revoluțiilor științifice*. București: Editura Științifică și Enciclopedică.

Lochard, Guy. (1996). Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des „modes configurants”. *Réseaux*, 76.

Miftode, Vasile. (1995). *Metodologia sociologică*. Galați: Editura Porto-Franco.

Neveu, Érik și Quéré, Louis. (1996). Présentation. *Réseaux*, 75.

Nora, Pierre. (1972). L'événement monstre. *Communications*, 18.

Padioleau, J.G. (1976). Systèmes d'interactions et rhétoriques journalistiques. *Sociologie du travail*, Juillet.

Riutort, Philippe. (1996). Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste. *Reseaux*, 75.

Rivière, Claude. (2000). Structură și antistructură în ritualurile profane. În Monique Segré (coord.), *Mituri, rituri, simboluri în societatea contemporană*. Timișoara: Editura Amarcord.

Van Cuilenburg, J. J., Scholten, O. și Noomen, G. W. (2000). *Știința comunicării*. București: Editura Humanitas.

ANEXĂ

Rezultate. Analiza frecvențelor

Tabelul 1. Redimensionarea spațială*

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total		
România: de la "zonă tampon" între două spații (puteri) opuse, la zonă de joncțiune	X	-	X	-	-X	-	-	-	X	X	X	X	-	6
Vecinătățile generatoare de insecuritate în trecut se transformă în aliați (ex. Rusia, Ungaria)	-	-	X	-	-	-	-	X	-	X	X	X	-	5
Garantarea inviolabilității frontierelor	X	-	X	X	-	-	-	X	X	-	X	-	-	6
Deschiderea la Marea Neagră – valorificată acum pozitiv	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Reintegrarea în Europa / în familia democrațiilor occidentale	X	-	X	X	-	-X	-	-X	-	-	-	-	-	3

NOTĂ. Ad. = Adevărul; R. l. = România liberă; E. z. = Evenimentul zilei; J. n. = Jurnalul Național; L. = Libertatea; N. = Național; G. = Gardianul; Co = Cotidianul; Cu. = Curentul; C. r. = Cronica română.

* Am utilizat, în cadrul tabelelor care prezintă rezultatele în legătură cu itemii a căror unitate de înregistrare a fost tema, următoarele semne: „X” - în cazul în care unitatea de înregistrare se regăsește întocmai în textul analizat; „-X” - atunci când unitatea de înregistrare este negată, în mod explicit, în text; „-” - marchează lipsa respectivei unități de înregistrare, atunci când aceasta nu era exclusă de celelalte unități de înregistrare (teme) ale aceluiași item; în fine, rubricile nemarcate apar în cazul în care unitatea de înregistrare nu se regăsește în text, dar ea era exclusă de una sau mai multe teme (contradictorie/i) marcate ca atare în tabel.

Tabelul 2. "Atitudinea față de noua relație cu Rusia"

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
Împăcare cu Rusia ca aliat NATO de pe poziția unui membru NATO (caracter novator paradoxal)	X	-	X	-	-	-	-	X	X	X	X	6
Împăcare cu Rusia ca re-confirmare a poziționării noastre în zona de influență rusească	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	1

Tabelul 3. "Mitul <<venirii americanilor>>"

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
<<Venirea americanilor>> apare în accepțiunea mitologică (americani ca "salvatori")	X	-	-	-	-	-	X	X	-	X	X	5
<<Venirea americanilor>> ca fapt banal, fără semnificație simbolică, (au venit, dar sunt "în trecere")	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	X	3

Constructul mediatic al unei ceremonii politice: Vizita președintelui american, George W. Bush, în România

Tabelul 4. Concepte "pozitive"

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total	
Libertate	-	-	-	-	-	-	-	2	1	2	3	-	9
Democrație	-	5	-	2	-	1	-	-	1	-	2	-	15
Siguranță / Securitate (în sensul de siguranță)	1	-	4	1	-	-	-	4	-	1	7	2	24
Pace / Pacifism	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	4
Toleranță	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Prosperitate	1	-	-	-	-	-	-	4	-	1	-	1	8
Independență	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Cooperare/Colaborare	4	-	2	3	-	-	-	-	1	1	1	-	12
Reformă/Restructurare	1	2	1	7	-	-	-	-	1	-	1	-	13
Total	7	7	7	13	2	-	-	11	1	8	18	4	86

Tabelul 5. Concepte "negative"

	Ad.	R. I.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
Comunism	3	1	-	2	1	-	-	-	-	1	2	10
Totalitarism/fundamentalism	3	-	-	2	-	-	-	1	-	-	1	7
Tiranie / dictatură	1	2	-	2	1	-	-	-	1	3	-	10
Terorism	1	-	1	1	-	-	-	-	1	4	1	12
Corupție	1	3	-	1	-	-	-	-	1	-	3	10
Birocrație	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Pericol/Amenințare/Insecuritate	5	-	1	2	-	-	-	1	-	-	-	9
Total	14	6	2	8	2	2	-	2	3	7	5	59

Tabelul 6. Concepte "ambivalente"

	Ad.	R. I.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
Război	Pozitiv	1	-	1	-	-	-	-	1	6	-	9
	Negativ	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	2
Globalizare	Pozitiv	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Negativ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Total	1	-	-	3	-	-	-	1	6	-	1	12

Tabelul 7. Concepte "supreme"

	Ad.	R. I.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
Dumnezeu	Pozitiv	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	2
	Negativ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Curcubeu	Pozitiv	-	-	1	2	-	-	-	-	1	2	6
	Negativ	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Total	-	-	-	1	2	-	-	1	-	1	3	9

Tabelul 8. "Agenți state"

	Ad.	R. I.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
România	24	5	10	14	7	1	-	5	9	7	2	88
SUA	16	-	-	9	2	-	-	-	4	11	1	45
Franța	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Marea Britanie	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Germania	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2
Rusia	5	-	5	-	8	-	-	-	3	10	3	36
Irak	2	-	1	2	1	-	-	-	4	2	-	12
Iugoslavia	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	3
Ungaria	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	3
Total	50	5	16	30	18	1	-	5	16	33	8	191

Tabelul 9. "Agenți individuali"

	Ad.	R.1.	E.z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total				
George W. Bush	6	6	6	3	1	11	3	5	-	-	9	6	10	6	9	81
Ion Iliescu	-	5	-	1	1	1	-	-	-	-	1	-	2	3	1	15
Emil Constantinescu	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	4
Adrian Năstase	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	4
Regele Mihai	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	1	-	4
Bill Clinton	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	4
Jacques Chirac	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	3
Tony Blair	-	1	-	3	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	5
Vladimir Putin	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	4
Saddam Hussein	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	1	-	-	-	5
Total	9	14	7	11	3	15	3	9	-	-	14	7	15	11	11	129

Tabelul 10. "Caracterizarea evenimentului"

	Ad.	R.1.	E.z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	Total
Eveniment excepțional / caracter ceremonial / sărbătoare	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	10
Festivism / mascaradă națională / manifestare a slugărniceii				X	X						X	2
Fără referire		X						X	X			3

Tabelul 11. Indicii analizei de tendință în cazul itemilor: "atitudinea față de noua relație cu Rusia", "mitul venirii americanilor" și "caracterizarea evenimentului"

	Atitudinea față de noua relație cu Rusia	Mitul "venirii americanilor"	Caracterizarea evenimentului
F	6	5	10
D	1	3	2
L	7	8	12
T	15	15	15
AT ₁	+0,71	+0,25	+0,67
AT ₂	+0,33	+0,13	+0,53

Tabelul 12. Indicii analizei de tendință pentru itemul "agenți state 1 (România / SUA)"

	Ad.	R.1.	E.z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	General				
F	24	5	10	14	0	7	1	0	5	0	9	7	2	1	3	88
D	16	0	0	9	0	2	0	0	0	0	4	11	1	1	1	45
L	40	5	10	23	0	9	1	0	5	0	13	18	3	2	4	133
AT	+0,2	+1	+1	+0,22	0	+0,56	+1	0	+1	0	+0,38	-0,22	+0,33	0	+0,5	+0,32

Tabelul 13. Indicii analizei de tendință pentru itemul “agenți state 2 (România / Rusia)”

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	General				
F	24	5	10	14	0	7	1	0	5	0	9	7	2	1	3	88
D	5	0	5	0	0	8	0	0	0	0	3	10	3	2	0	36
L	29	5	15	14	0	15	1	0	5	0	12	17	5	3	3	124
AT	+0,66	+1	+0,33	+1	0	-0,07	+1	0	+1	0	+0,5	-0,18	-0,2	-0,33	+1	+0,42

Tabelul 14. Indicii analizei de tendință pentru itemul “agenți state 3 (SUA / Rusia)”

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	General				
F	16	0	0	9	0	2	0	0	0	0	4	11	1	1	1	45
D	5	0	5	0	0	8	0	0	0	0	3	10	3	2	0	36
L	21	0.	5	9	0	10	0	0	0	0	7	21	4	3	1	81
AT	+0,52	0	-1	+1	0	-0,6	0	0	0	0	+0,14	+0,05	-0,5	-0,33	+1	+0,11

Tabelul 15. Indicii analizei de tendință pentru itemul “agenți individuali (Ion Iliescu / George W. Bush)”

	Ad.	R. l.	E. z.	Z.	J. n.	L.	N.	G.	Co.	Cu.	C. r.	General				
F	0	5	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	2	3	1	15
D	6	6	6	3	1	11	3	5	0	0	9	6	10	6	9	81
L	6	11	6	4	2	12	3	5	0	0	10	6	12	9	10	96
AT	-1	-0,09	-1	-0,5	0	-0,83	-1	-1	0	0	-0,8	-1	-0,67	-0,33	-0,8	-0,69

Abstract

Based on a political event – the November, 23rd, 2003’s official visit of the USA President in Romania – largely covered by media, we tried to see if, besides the actual political action (establishing contacts, signing contracts and bilateral agreements etc.) this visit has acted up to yet another level, a symbolic one. Thus, situating ourselves rather within the perspective opened by Daniel Dayan and Elihu Katz’ studies on media events and their typology, and applying this grid of interpreting to the reality of the circumstances the visit took place, we shall assert that we witnessed the building of a transformative media event, whose crucial characteristic is that it acts onwards reality in a symbolic manner, so that it comes to imposing a new situation within the sphere of the plausible, a new situation unconceivable until that moment.

We looked up to Romanian national newspapers issued the next day to validate this hypothesis of the symbolic action. It was revealed to us that the ceremony operated, on the one hand, on a spatial-temporal level, by proposing a new framing; on the other hand, the innovative solution that the event brought into the sphere of the possible was to make compatible the idea of integrating into NATO with the request of establishing a cordial relationship with Russia.