

## Presă românească din diaspora

Radu CIOBOTEA, conf. univ. dr., Universitatea „Aurel Vlaicu”, Arad

Într-un articol apărut la sfârșitul anului 2005, publicația *Repere românești* atrăgea atenția asupra unui fenomen care trece aproape neobservat în țară: inerția opiniei publice românești față de problemele presei de limbă română din afara granițelor. Semnatarul articolului, Sorin Cehan, sublinia starea de perpetuă criză în care se află, deocamdată, majoritatea publicațiilor de acest fel, criză acutizată de sentimentul de neapartenență la nici una din „piețele” presei europene. Ziarele și revistele din diaspora nu ajung la receptarea pe care și-o doresc nici în țările unde sunt difuzate și nici în România. Înainte de a fi o chestiune materială, această situație pune în evidență o neconcordanță profundă și de durată, între eforturile celor care realizează publicațiile (adeseori pe cheltuială proprie), și o plajă de receptare mult prea mică pentru a putea întreține o stare de spirit și pentru a da sentimentul integrării într-o comunitate românească.

Dincolo de această fractură în comunicare, autorul puncta, concis, obstacolele pe care orice publicație românească din Europa le are de întâmpinat: lipsa de finanțare, sărăcia pieței publicitare românești din străinătate, și, într-un plan mai larg, lipsa de coeziune a românilor în juurul unei publicații: „*Piața publicitară este săracă și cuprinde în general societăți cu interes specific către buzunarul imigrantului, cum ar fi societățile de transfer de bani, de telefonie internațională sau de transporturi. Ceilalți actori de pe piața publicitară nu au ajuns încă la un nivel de atenție atât de mare încât să creeze mesaje pentru segmente de piață atât de specifice. Și mai ales atât de fragmentate. Și din această prismă, comunitățile de români din Occident au numai de pierdut. Nu există comunitate puternică, nu există în consecință nici o percepție unitară față de nevoile sau potențialul consumistic al comunității de imigranți români, în consecință nu merită investiții publicitare.*”

În astfel de condiții, scopul editării unei publicații este exclusiv dorința de a informa, completată, în unele cazuri de cea de a exprima o atitudine față de evenimentele care se petrec în țară. Căci, spre deosebire de presa românească, cea din afara țării nu poate conta pe o creștere de profit, neavând, în general, acces la marile rețele de difuzare. Nu este vorba aici de obstacole ridicate de autorități, ci de cos-

turile și de structura de organizare necesare pentru a intra în competiție cu gazetele internaționale care sunt distribuite în magazinele de presă europene. Vom studia, în cele ce urmează, tipul de informație promovată de diversele publicații românești, precum și poziția acestora față de realitatea cotidiană din România. În materie de selecție și exprimare a informației, putem grupa publicațiile din diaspora în două categorii principale, anume cea orientată spre știrea nudă, exprimată obiectiv, și cea bazată pe interpretare, comentariu sau pamflet. Dar, dincolo de această departajare, mai mult didactică decât cu efecte operatorii într-o analiză mai profundă, se află un alt sistem de diferențiere, care deschide perspective mai ademenitoare. Este vorba despre situarea publicațiilor pe una din cele două axe de comunicare interior-exterior și exterior-exterior. Ele corespund unei atitudini comunicaționale și, în același timp, unui proiect de evoluție în spațiul mediatic.

Prima axă construiește o raportare în care punctul de reper este România, iar din punct de vedere al structurii publicațiilor, este modelul presei actuale românești. Cea de-a doua poate fi întâlnită la publicații din „vechea diasporă”, create de generații de români care au părăsit țara înainte de căderea comunismului și care și-au găsit propriile formule de presă, fără nici o raportare la „modelul românesc”. Acestea din urmă mențin o comunicare vastă și ramnificată cu diverse puncte de contact din țările europene, iar unul din scopurile lor este acela de a stabili o rețea de comunicare între diversele comunități românești.

Ziarele care „țin a fișul” în materie de informație promptă și concisă sunt *Actualitatea românească* (Italia), *Diaspora românească* (Marea Britanie), *Repere românești* (Italia), *Magazinul românesc* (Germania), precum și edițiile electronice ale jurnalelor *Români în Spania*, *Români în Italia*, *Români în Danemarca*, *Români în Germania*, *Spania românească*. Acestea li se adaugă ziare care sunt editate nu de comunități sau asociații românești din Europa, ci de minorități ale românilor din Serbia și Ungaria, cu sprijinul guvernelor respective. Este cazul ziarelor *Libertatea*, din Pancevo (Serbia) și *Foaia românească* din Gyula (Ungaria).

Revenind la modurile de expresie ale comunităților de români plecați (în general temporar) în țările europene, remarcăm faptul că primele două ziare menționate

(*Actualitatea românească și Diaspora românească*) sunt săptămânale și au o circulație mai mare sub raport geografic, ceea ce justifică o selecție de informații destul de largă, uneori depășind chiar limitele Uniunii Europene. *Actualitatea românească* anunță, pe prima pagină, că este citită în Israel, Germania, Grecia, Cipru, Marea Britanie, Irlanda, Italia, Spania, Franța, Belgia și Luxemburg. Cât despre *Diaspora românească*, aceasta este vândută la chioșcuri, în magazine sau în locuri de întrunire ale comunităților românești din Marea Britanie, Irlanda, Spania, Portugalia și Italia. Cele două publicații sunt comparabile din punctul de vedere al structurii editoriale și al preponderenței informației.

*Actualitatea românească* (trust care realizează și *Magazinul românesc*, pentru Germania) are secțiuni distincte, majoritatea valabile pentru toate țările în care este citită: Vești din țară, Economie, Politic, Social, Sport, Republica Moldova, Cultură, Religie, Monden și Turism. Adaptarea la țările spre care este orientat ziarul se realizează prin paginile speciale dedicate acestora, fără a modifica nimic în celelalte pagini. În cazul numărului din 17 mai, prima pagină tratează pe scurt patru subiecte: conflictul provocat în Alianța D.A. de pamfletul lui Mircea Dinescu, opinia ministrului Integrării Anca Boangiu despre aderare, taxa pe vicii și posibila înțelegere parlamentară dintre PSD și PRM. Editorialul, semnat de Cătălin Alistari, comentează acest din urmă subiect, fără a mărturisi nici o înclinație politică. De altfel, tonul neutru caracterizează toate materialele *Actualității*, ceea ce face ca impresia generală să fie aceea de acuratețe și rigoare, fără vreo intenție de politizare. În ansamblu, ziarul reușește să construiască o ilustrare corectă și destul de complexă a realității românești. Focalizarea este dinspre interior spre exterior, mai exact dinspre București și presa centrală spre comunitățile românești din afară, cărora le este explicată evoluția României în domeniile amintite. În toate paginile este preferat genul relatării sau cel al articolului de sinteză, ceea ce face ca textele să aibă, în medie, aceleași dimensiuni și aceeași construcție. Echipa redacțională nu „riscă” nici folosirea știrii, a flash-ului, și nici extinderea spre reportaj sau anchetă.

Aceeași structură și același regim de expresie îl are *Magazinul românesc*, editat de același trust pentru comunitățile românești din Germania. Acesta este, de altfel, o variantă, separată ca formulă publicistică, a secțiunilor pentru celelalte țări, inserate în *Actualitatea românească*. În cazul ediției din 21 mai, de exemplu, Germania este „acoperită” prin șase materiale, tratând opiniile Parlamentului german despre agricultura românească, situația unui grup de muncitori români înșelați de angajator, reglementarea pensiilor pentru conaționali noștri care trăiesc acolo, precum și două relatări de eveniment (amânarea concertului Phoenix și decesul unei moldovence împușcate în orașul Hot). Rezultă, din această selecție de subiecte și din modul lor de tratare, faptul că nu există o documentare în teren, informația fiind preluată exclusiv din alte mijloace de comunicare, în special presa germană și Internet.

O abordare mai complexă a realității europene găsim în

cazul ziarului *Repere românești*, care abundă în corespondențe din Europa și în alternanțe de genuri jurnalistice. Structura acestuia scoate în evidență pe de o parte dialogul, iar pe de altă parte aplecarea spre teoretizare, istorie, definire. Lucru deloc de mirare, având în vedere faptul că este vorba despre un buletin on-line al asociațiilor românești de peste hotare, ceea ce oferă două direcții de investigație: a convorbirilor cu membri ai acestora și de prezentare a activității asociațiilor respective.

Cu *Reperele românești* rămânem în zona ziarelor construite de ziariști români pentru un public exterior, ceea ce înseamnă că principala diferență față de ziarele din țară constă nu în perspectiva din care e abordată realitatea, ci în selecția subiectelor. Ca și în cazul *Actualității românești*, paginația corespunde tipului de ziar „quality”, sobru, cu unul - două materiale pe pagină și maxim două ilustrații, iar registrul scriiturii de presă este neutru, obiectiv. Nucleul informativ al publicației este constituit din materiale privitoare la migrația forței de muncă spre Occident. Nivelul de trai din România, condițiile de lucru din țările Uniunii Europene, cozile de obținerea actelor de ședere, pagini dedicate departamentului Români de pretutindeni din cadrul Ministerului de Externe sunt secțiuni care conduc cititorul prin actualitatea românească văzută cu ochii celui care pleacă. Într-o formulă asemănătoare cu *Actualitatea și Diaspora*, *Reperele* au și ele pagini dedicate comunităților românești din câteva state precum: Germania, Italia, S.U.A., Israel. Acestea sunt pagini realizate dintr-un material larg, sau, uneori, din două materiale care se referă la portrete ale românilor care și-au găsit un loc în străinătate. În cazul Italiei, spre exemplu, pagina 12 este alcătuită din două interviuri, unul cu Maria Tudorache, mediator cultural la primăria din Torino, și celălalt cu Maria Magdalena, realizatoare de emisiuni la Radio „Studio Sette” din Trento. Pagina următoare este dedicată tot Italiei, și ea cuprinde portretul unui român declarat erou, anume Vasile Smecicaș (din păcate, eroul va avea un sfârșit tragic, fiindcă, un an mai târziu, își va ucide logodnica și se va sinucide).

Informația politică are o mică importanță, ea reducându-se la ilustrarea neutră a principalelor evenimente ale perioadei. Am ales anul 2004, pentru că tratarea campaniei electorale și a rezultatului alegerilor este un bun indicator pentru a stabili perspectiva pe care ziarul dorește să o dea asupra opțiunilor politice. În acest caz ea rămâne obiectivă, iar finalul alegerilor este prezentat printr-un fotoreportaj. Puținul text însoțitor se referă la declarațiile lui Traian Băsescu, cu accent pe ideea de „președinte al tuturor românilor”, fără a comenta sau dezbate alte aspecte ale aceluia fierbinte moment politic.

Structura publicistică a ziarului se bazează pe interviu, și, nu întâmplător, numărul din decembrie 2004 acordă 2 pagini unui condei cunoscut diasporei în materie de interviu, anume Silvia Constantinescu, redactor al *Curierului românesc* din Suedia, autoarea volumului *Exil. Oameni și idei*. Materialul este însoțit de o prezentare elogioasă a amintitei publicații a românilor din Suedia, la 24 de ani de la înființare.

O anume originalitate și chiar un grad sporit de profunzime teoretică este conferită de pagina de „Istorie a diasporei”, iar numărul pe care l-am ales tratează epoca abdicării regelui Mihai, moment care poate fi considerat ca început al diasporei românești. Ziarul acordă atenție și comunităților românești din vecinătate, în pagina intitulată chiar „Vecinătatea”, care tratează, de obicei, subiecte legate de viața vlahilor sau a românilor din Vojvodina.

O tipologie cu totul diferită are *Curierul conservator*, care apare în Germania și acoperă o varietate de subiecte care nu țin neapărat de actualitate și nici nu-și doresc să ofere o imagine obiectivă asupra României. Este o publicație care își declară preferințele politice și morale încă din sumar, prin rubrici precum Monarhia noastră, Creștinismul nostru, Manipulare media, sau Papagalul republican. Materialele au un ton pamfletar, iar subiectele alese sunt legate în special de trecutul comunist. Prima pagină din mai 2006 conține un amplu comentariu intitulat Gunberg superstar. Lipsă de sensibilitate și respect. Cum o mână de comercianți de alcool, împreună cu o agerție de publicitate neromânească, își bate joc de români. Articolul se referă la spotul publicitar care poate fi văzut pe canalele tv din România, în care un țăran din Dobrogea este arestat, dar are răgazul de a-i transmite fiului său taina vinului bun. Condițiile de detenție din videoclip sugerează, scrie *Curierul conservator*, de un desăvârșit prost gust. Mai mult, este o deformare a istoriei: “*O parte dureroasă a istoriei naționale este degradată la nivelul unui mini-pamflet publicitar pentru vândut alcool! Memoria a sute de mii de români spoliați, arestați, încarcerați și apoi asasinați de bandele venetice, devine o șaradă oarecare, vomitată din creierii bolnavi ai specialiștilor de marketing vizual (alți venetici)...*”. Ziarul se declară împotriva trimiterii de trupe românești în Irak, iar pagina de externe, cuprinzând de regulă doar două materiale, este redactată integral în limba engleză.

Având pe frontispiciu indicația “publicație necenzurată”, *Curierul conservator* este gazeta on-line tipică unei categorii a românilor din diaspora. Este vorba de generațiile care au reușit să plece din țară înainte de 1989 și care privesc România ca pe un spațiu dominat de Securitate, de sechele comuniste sau, în cel mai bun caz, de o gravă ignoranță cu privire la adevărurile deceniilor de comunism. Unele pagini apar la sumar, dar nu conțin materiale, iar altele, precum Monarhia noastră, preiau mesaje ale regelui Mihai către diverse instituții civile sau religioase din Europa (în numărul citat, este vorba despre un mesaj cu ocazia trecerii în neființă a Papei Ioan Paul al doilea).

În ansamblu, *Curierul conservator* încearcă să reprezinte o atitudine și o mentalitate, chiar dacă sub raport jurnalistic nivelul nu este comparabil cu cel a presei din România. Dar autorii nici nu își propun să respecte “modelul” presei din țară, și nici vreun alt model gazetăresc, preferând apariții mai spectaculoase, bazate exclusiv pe comentariu și pamflet.

Un alt mod de a se desprinde de „modelul” presei actuale românești este cel al *Curierului românesc*, ziar care apare în Suedia și a cărui ediție tipărită circulă – spune pagina de gardă – în Anglia, Australia, Canada, Danemarca, Elveția,

Finlanda, Franța, Germania, Italia, Israel, Portugalia, România, Spania, Suedia, SUA. Cuprinsul lui este destul de divers, acoperind o rubrică în care remarcăm anchete, interviuri, informații utile din Suedia, Actualitatea românească, Exilul românesc, precum și informații din cultura, politica și viața socială din România. Deși pare o structură apropiată celei pe care am întâlnit-o la ziare ca *Actualitatea românească* sau *Repere românești*, *Curierul* din Suedia, conținutul este totalmente diferit. Aceasta, în mare măsură, din cauza tradiției de peste 25 de ani și a unei echipe redacționale care a ales demult o anumită formula publicistică. Genul preferat al redacției este interviul, excelent realizat de Silvia Constantinescu, autoarea cărții *Exil. Oameni și idei*, apărută la editura Curierul românesc din Suedia, în 2005. Un gen cu atâtea realizări pe parcursul anilor, încât și-a câștigat dreptul la antologie, devenind rubrică, sub titlul “Interviuri de neuitat”. Ideea nu e întâmplătoare, ci conferă șansa de a reciti convorbiri cu nume cunoscute ale diasporei sau cu apariții mai noi din politica și diplomația românească. Ștefan Baciuc, (autorul cărții de memorii din exil *Praful de pe tobă*, 1980, precum și al multor volume de versuri, trecut în neființă în 1993), Constantin Mareș, Mihai Cismărescu, dar și Valentin Naumescu, secretar de stat pentru diplomație publică în Ministerul Afacerilor Externe, sau Ann Marie Hogberg, președinta comitetului de conducere comunal din Huddinge. O mare diversitate de personaje, din Europa sau România, de anvergură internațională sau locală.

Preocuparea pentru evenimentele politice din România nu este o constantă a publicației, iar atunci când sunt abordate, totuși, asemenea subiecte, tonul este pur neutru, informativ. Se preferă expunerea rezultatelor unor sondaje sau reproducerea unor declarații ale liderilor de partide, fără nici o opinie a redacției. Alegerile prezidențiale din 2004 au fost prezentate, de exemplu, printr-un fotoreportaj al cărui text nu oferea decât rezultatul final.

Asemeni tuturor publicațiilor românești apărute în exil în ultimele decenii ale comunismului, *Curierul românesc* are o puternică secțiune de cultură. Total diferită, însă, de cultura prezentată de *Actualitatea*, *Repere* sau *Diaspora*, orientată exclusiv spre evenimentele și personalitățile din străinătate. Punctele de greutate constau în comentarea evenimentelor din Stockholm, precum și în eseuri despre arte plastice și literatură. Abordarea este realizată, în cazul culturii, prin intermediul unor colaboratori europeni, sau prin folosirea interviului. În acest fel, *Curierul* devine o tribună de opinii și o galerie de intervenții ce aparțin unor specialiști. Cărțile sosite la redacție aparțin, și ele, unor scriitori aflați în Europa, ceea ce face ca recenziile să trateze subiecte total necunoscute publicului românesc. Această orientare, dinspre exterior spre exterior, fără a lua România ca punct de reper, are și rolul de a stabili legături între membrii marcanți, dar extrem de dispersați, ai diasporei. În acest fel, *Curierul românesc* devine el însuși un punct de reper, un centru mediativ într-o lume fundamental lipsită de centru, cum este cea a exilului.

În mod interesant, reportajul este practicat la *Curierul* în varianta lui de jurnal de călătorie. Ceea ce reprezintă, din

nou, o rupede de “model”. Călătoria din ziarele diasporei este puțin frecventă, și în rarele ocazii în care apare, ea se derulează pe axa afară-înăuntru, străinătate – țară. Sunt călătorii la intervale aproape fixe, întoarceri ale românilor de sărbători, plecări odată cu reînceperea sezonului de muncă. În general, o anume tristețe răzbate din aceste reportaje, realizate mai mult în punctele vamale, unde reporterii români iau declarații și construiesc, pe baza lor, povești în care tensiunea se naște tocmai din contrastul țară – străinătate. Nimic din toate acestea în *Curierul*, care preferă călătoriile lungi, fără nici o escală “acasă”. Nu e o întoarcere, ci o descoperire. Reportajele povestesc drumuri în Japonia, China, sau în țări europene, și asta fără nostalgiile la care s-ar aștepta cititorul român. După 25 de ani de existență a ziarului, redactorii *Curierului* și-au schimbat punctele de reper, iar axa interior-exterior este înlocuită cu axa exterior-exterior, în interiorul aceluiași univers vast, ale cărui tristeți sunt demult cicatrizate.

Între cele două tipuri de publicații ale “exteriorului”, ambele, în mod curios, cu numele *Curierul*, există aceleași deosebiri care există între două categorii esențiale ale vechii diaspore românești. *Curierul conservator* spune, din titlu, că nu dorește actualitatea, ci întoarcerea, redescoperirea, acuzarea unei culpe imense, care există încă. Evenimentele comentate sunt selecționate din perspectiva acestei culpe, mereu latente, care irumpe deodată în cele mai neașteptate locuri, cum ar fi un videoclip publicitar. În tot ce se întâmplă, cineva, deodată, e vinovat. E umbra unui trecut insidios, care se strecoară nu în marile, ci în micile evenimente, nimic altceva decât semne ale unei epifanii, cum ar fi spus Mircea Eliade. În schimb, *Curierul românesc*, reluând titlul primului ziar scos de Heliade Rădulescu la începutul veacului XIX, este o formă a iertării. El nu se întoarce, ci își continuă drumul prin meandrele unui prezent care nu mai reclamă nici o pedeapsă. România *Curierului* din Suedia e la fel de vie, dar e mai departe emoțional, e o rană închisă, o nostalgie care nu insistă asupra bemolilor. E o deschidere generoasă asupra unei lumi fundamental europene. Politică, probleme sociale, cultură sau informație utilă asupra vieții în Suedia, totul trece spre cititor într-un registru care nu este neutru, ca al presei românești, nici pamfletar ca al *Curierului* din Germania, ci mai degrabă liniștit, avizat, curios, deschis, uneori jovial. În categoria mass-mediei românești din Europa intră și link-urile web care declanșează dezbateri pe forumuri pornind de la informații sintetizate de realizatori, fără a dispune de o redacție profesionistă. Diaspora română din Belgia, de exemplu, dispune de adresa *Rombel*, construită ca o revistă a presei, dar și ca un forum de dezbateri. Cum e și firesc, „deschiderea” e asigurată de informații privind posibilitățile legale de emigrare în Belgia. Restul materialelor sosesc de la colaboratori, care au de împărtășit detalii despre șansele de a închiria o locuință în Belgia sau despre căderea prețurilor la imobiliare în România. Un alt colaborator prezintă poziția pe care se află, la începutul lunii iunie, Theodor Stolojan, într-o sinteză intitulată „Stolojan, premierul opiniei publice”. Deși nesemnat, articolul nu „păcătuiește” prin nici o aplecare pro sau contra fostului

președinte al PNL, prezentând strict rezultatele sondajelor.

Interesant este și faptul că, sub raportul conținutului, web site-ul prezintă asemănări puternice cu rubricația și registrul de expresie al ziarelor profesioniste. Aceasta se datorează, în mare măsură, relației directe pe care autorii articolelor o au cu presa scrisă din România, web site-ul belgian fiind, de fapt, o formă de revistă a presei completată de reacții pe forum.

La antipodul „*Românilor în Belgia*”, website-ul *Români în Germania* este realizat de un singur conațional al nostru, Lucian Hețco, păstrând, așadar, caracterul de pagină personală cu deschidere largă spre comunitățile de români. De altfel, prezentarea este suficient de limpede în această privință: „*Această pagină...este adresată tuturor românilor, dar și vorbitorilor de limba română, precum și foștilor cetățeni români de naționalitate germană, care trăiesc astăzi în special în spațiul de limbă germană în: Germania, Austria, Elveția precum și celorlalți ce mai simt românește împreună în toate colțurile lumii. Mă bucur de orice e-mail, de rânduri frumoase, de vorba caldă și prietenoasă a tuturor ce mai simt românește, oriunde ar fi ei acasă, în România, Moldova, Bucovina, din Odessa până la Varna, în Timoc, de la Nistru pin' la Tisa, în Banatul sârbesc sau în Occident.*”

Conținutul este interesant tocmai prin ruperea de orice model gazetăresc și prin focalizarea pe evenimentele vieții familiei Hețco, privite din perspectiva revenirilor în țară, a evenimentelor culturale care prilejuiesc întâlniri memorabile în spațiul larg al diasporei. „Subiectele” ar putea aparține unui jurnal intim, dacă n-ar fi destinate, totuși, lecturii pe internet. Iată câteva dintre ele: Împreună cu domnul Mocanu la Cluj, după editarea volumului „Oginda cu suflet”; Întâlnirea de douăzeci de ani a promoției 1982, Liceul Pedagogic „Eftimie Murgu” din Timișoara sau Întâlnirea de 25 de ani a clasei 8D gen. 8 Timișoara, în Stuttgart.

Această secțiune, destinată familiei Hețco și celor apropiați, este completată cu „rubrici” precum Biserici românești în Germania, Link-uri germane, Asociații în Germania, informații despre curse de autocar, restaurante românești, adrese utile din zona Stuttgart, precum și revista de cultură Agero, despre care aflăm: *Pagina Agero originala mea inițiativă personală, printre primele în limba română din Germania și prima de acest gen din zona Stuttgart, împreună cu Revista de cultură și informare pe internet AGERO - pe care o redactez personal. Ambele pagini au peste 110.000 de accesări, care însumează statistic peste 320000 de citiri înregistrate oficial pe server la 01.08.20023) cu peste 380 de situri documentative, peste 3000 de fișiere, inclusiv grafice diverse și bănci de date, adrese email, forum.*

Am zăbovit mai mult asupra acestui exemplu fiindcă el reprezintă o combinație de publicistică și jurnal destul de frecventă pe Internet. Numeroși români încearcă să-și „facă propriul ziar”, găsind astfel o alternativă mai personală la presa de informație, percepută prea neutră și prea vastă. Este o încercare de a „îmblânzi” lumea informației profesioniste, de a combina informația personală cu cea din jur, construind

datele realității într-o ordine mai „umană“, adaptată unei mici categorii de public. Se creează, în acest fel, o „familie“ de cititori, care intră pe forum, dezbat temele lansate de autorul site-ului și încearcă să aducă adăugirile pe care le consideră necesare. Pe de altă parte, astfel de „publicații“ on-line, la jumătatea drumului dintre ziar și jurnal, încearcă să acopere un spațiu gol. Este spațiul în care ar fi trebui să existe o ofertă variată de presă românească, dar, din multe motive obiective, apariția ei nu a fost cu puțință.

Am amintit până aici, fără să detaliem, cazul săptămânalului *Diaspora românească*. El reprezintă o tentativă de acoperire a evenimentelor din țară și din străinătate într-o dublă mișcare, interior - exterior și exterior - exterior, păstrând oarecum „modelul“ presei românești, dar adaptându-se, pe unele secțiuni, modelului de ziar britanic serios, de informație. Este versiunea de *quality press* în varianta unui ziar de 28 de pagini, tipărit la Londra și difuzat, pentru moment, în Anglia, Irlanda, Spania, Portugalia și Italia. El apare de trei ani, fără a fi susținut de vreo companie românească sau străină, fiind susținut exclusiv de nivelul vânzărilor și de piața publicitară românească din Occident.

Structura lui este complexă, combinând atât secțiuni scrise în țară (politic, economic, social, tradiții, turism, religie, sport), cât și secțiuni realizate în exterior (Info UK, Info Italia, Info Spania etc). Chiar și organizarea redacțională este o noutate în presă română. Administrația se află la Londra, redactorul șef la Timișoara, o parte a echipei redacționale la București, echipa de secretariat tehnic la Constanța, subredacții locale la Lisabona și Torino. Iar lucrurile sunt în mișcare, căci programul de dezvoltare a ziarului presupune extinderea în alte țări europene, pe măsură ce este asigurată componența subredacțiilor, distribuția și susținerea publicitară.

La fel de puțin cunoscut în România ca și celelalte publicații din diaspora, săptămânalul londonez se impune, în exterior, prin acuratețea informației, obiectivitatea atitudinii și diversitatea materialelor publicate. El respectă formula britanică de presă, conform căreia opiniile sunt clar departajate de informație, menținând rubrici de comentariu doar pe prima pagină (editorialul) și la pagina de sport. Prin selecția subiectelor și stilul de tehnoredactare, *Diaspora* este un ziar care oferă două tipuri de subiecte. Pe de o parte, toate domeniile vieții românești sunt acoperite, (cu patru-cinci relatări pe pagină, plus coloane de știri), astfel încât românii din Occident să aibă o imagine cât mai clară a evenimentelor petrecute în țară. Pe de altă parte, paginile realizate în străinătate oferă un set de informații utile menite să ușureze acomodarea în țările în care ziarul este difuzat. Între cele două tipuri de informație se află trei pagini, realizate în colaborare de redacțiile românești și subredacțiile din Europa. Acestea nu au drept titlu nici domenii, precum politic sau social, nici indicii geografice, ca Info UK. Ele se numesc *Diaspora* și reunesc cele mai semnificative evenimente petrecute pe parcursul unei săptămâni în comunitățile românești. Sursa este, de această dată, dublă. Informații care circulă în presa străină și pe Internet sunt verificate și transformate în interviu sau reportaj de către redactorii aflați în

străinătate, sau incidente petrecute într-un anumit loc din Europa și înregistrate de corespondenții din acea zonă sunt inserate într-un context mai larg de către redactorii din țară specializați în subiectele europene, pentru a crea o imagine de ansamblu.

Prin concepția lui, ziarul răspunde ambelor axe de informație amintite până aici. Imaginea țării este completată de imaginea exteriorului, văzut chiar din exterior. În acest fel, se creează un puternic flux informațional exterior-exterior, menit să asigure legătura dintre diversele comunități românești aflate în Europa occidentală. Oameni aflați la muncă în Italia află despre condițiile de viață și adaptare ale celor din Spania sau Anglia, etc. Între românii din cele cinci țări „acoperite“ de ziar se creează o comunicare directă, reflectată nu doar în secțiunile publicistice, ci și în cele de mică sau mare publicitate. Se dau anunțuri de închirieri sau vânzări de imobiliare sau auto-moto, valabile pentru cei aflați în aceste țări, sau se caută locuri de muncă în țara vecină. Și mereu apare câte o țară vecină, fie dinspre țările atlantice spre interior, fie invers.

Trebuie precizat, de asemenea, faptul că structura săptămânalului londonez se află în plină schimbare în această perioadă, odată cu schimbarea conducerii redacționale și a întregii echipe din România. Cu alte cuvinte, publicația trece într-o etapă de pregătire pentru aderarea României la Uniunea Europeană și își propune drept obiective atât extinderea pe axa exterior-exterior, cât și intrarea pe piața românească. În acel moment, structura lui va corespunde unei cereri mari a ambelor piețe, anume oferta de informație directă din exterior pentru cititorii români și din interior pentru cititorii din Europa. Se creează, astfel, o imagine vastă, dar și unitară, asupra României care se află deja în Europa, dar care mai are mult de făcut pentru stabilirea unei identități clar definite a propriilor comunități din exterior.

Procesul de integrare în UE presupune și conștientizarea unei situații noi, atât în interiorul cât și în exteriorul țării. Este o evoluție de mentalitate și grad de informare, precum și un sentiment nou, de apartenență simultană la valorile românești și la cele europene. Iar existența presei din diaspora este un pas important pentru crearea unei rețele mediatice capabile să confere nu doar un nivel superior de percepție și înregistrare a evenimentelor petrecute între noile frontiere ale Europei, ci și demnitatea de a ființa, în mod lucid, avizat și onest, în spațiul unei civilizații care ne potențează calitățile fără a ne ignora rădăcinile. Un spațiu al comunicării în care cele două axe, interior și exterior, sunt asimilate unei structuri coerentă care exprimă o nouă concepție, vastă și generoasă, de complexitate și complementaritate a aceluiași „interior“.

## Bibliografie

### 1. referințe electronice

- <http://www.actualitatea-romaneasca.ro/> Actualitatea Românească (Diaspora) Ziarul romanilor de pretutindeni, Arhiva 2000-2006
- <http://www.centrium.de/?q=Curierulconservator&d=curierulconservator&se=/> Curierul conservator (Germania) , Publicație a românilor din diaspora de opinie, informație și atitudine, Arhiva 2002 - 2006
- <http://curierulromnesc.org/> Curierul românesc (Suedia), Ziarul românilor din Suedia, Arhiva 1998 – 2006
- <http://www.romaniinitalia.ro/> Gazeta românească (Italia), Viața românilor în Italia , Arhiva 2005 - 2006
- <http://www.repereromanesti.ro/> Publicație a asociațiilor românești de peste hotare, Arhiva 2003 – 2006
- <http://www.ghidulromanilor.com/> Diaspora românească, săptămânal de informație editat la Londra, Arhiva 2000-2006
- Diaspora românească, Londra, colecția ziarelor 2005 - 2006
- <http://www.comunitati.net/>
- <http://www.agero-stuttgart.de/> Asociația germano- romana
- <http://www.hetco.de/> Pagina personală Lucian Hetco
- Yahoo.com/ Group/romani/Strasbourg Grup de informații și de legătură pentru românii din Strasbourg
- <http://www.rombel.com/> Romani in Belgia

### 2. Volume

- Babin, Pierre, 1991, *Langage et culture des medias*, Paris, Editions Universitaires
- Coman, Mihai, 2003, *Mass-media, mit și ritual. O perspectivă antropologică*, Iași, Editura Polirom
- Thompson, John B., 1994, *Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media*, traducere de Miruna Tătaru-Cazaban, București, Editura Antett Press.
- Wilson, John, 1996, *Understanding Journalism*, Routledge International, New York, Thompson Publishing Company.

## Résumé

Notre ouvrage s'emploie à étudier les types d'information promues par les diverses publications roumaines qui paraissent dans les pays de l'Union Européenne, ainsi que leur position quant à la réalité quotidienne de la Roumanie. En ce qui concerne la sélection et l'expression de l'information, on peut associer d'une part les publications de l'étranger orientées vers la nouvelle dépourvue de subjectivité, exprimée d'une manière neutre, et d'autre part celles fondées sur le commentaire ou pamphlet. La première catégorie peut être représentée par des journaux tels que *L'Actualité roumaine* ou *Repères roumains*, la deuxième catégorie par *Le Courrier conservateur* qui paraît en Suède. Mais, au-delà de ces différences, nous avons dissocié un autre système sémantique qui ouvre des perspectives beaucoup plus enrichissantes. Il s'agit de placer les publications sur l'une des axes de communication : intérieur – extérieur et extérieur- extérieur. Elle correspondent à une attitude communicationnelle et, en même temps, a un projet d'épanouissement dans l'espace médiatique. Le premier axe construit un rapport où le point de repère est la Roumanie, et, quant à la structure des journaux, c'est le modèle de la presse roumaine actuelle. Le second axe peut être trouvé dans les publications de l'« ancienne diaspora » (par exemple *Le Courrier roumain*), créées par des Roumains qui ont quitté le pays avant la chute du communisme et qui ont bâti leurs propres formules de presse, sans aucun rapport au « modèle roumain ». Celles-ci maintiennent des liaisons nombreuses et ramifiées avec des divers points de contact dans les pays européens, et leur principal but est d'établir un réseau de communication entre les communautés roumaines dispersées dans l'U.E. Dans la dernière partie, nous avons analysé l'hebdomadaire *Diaspora românească* (London), par le biais de ces deux axes de communication, en constatant que, dans ce cas, l'on réalise un modèle mélangé, où le flux de la communication va dans les deux sens, ce qui lui prête une remarquable mobilité et un indubitable valeur journalistique.

