

**UNIVERSITATEA „BABEȘ BOLYAI”
FACULTATEA DE SOCIOLOGIE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ**

SINTEZA TEZEI DE DOCTORAT

**Construirea realității prin discurs mass media
Construirea identității etnice prin discurs mass media
- Cazul romilor din România -**

Conducător științific:

Prof. Univ. Dr. Traian Rotariu

Candidat:

DANIELA TARNOVSCHI

Cluj Napoca

2014

Cuprins:

I. Introducere

Premise, obiectiv și ipoteze

Obiectul de studiu – Discursul mass media

Celălalt/Alter

II. Noi și Ei – Identitatea socială / identitatea etnică / Identitatea etnică a grupului minoritar

De la identitatea individuală la identitatea socială

Relația identitate – individualitate și societate

Teoria identității sociale

Condițiile pentru formarea grupului

Grupul minoritar

Identitatea etnică, o formă de identitate socială

Definiții ale grupului etnic – scurt istoric

Relația dintre etnicitate și naționalism

Relația dintre etnicitate și rasă

Curenți – abordări ale identității etnice

Primordialismul

Instrumentalismul

Constructivismul social – situaționist

Postmodernismul

Constructivismul social

Ideologia etnică

Identitatea etnică a grupului minoritar, o formă aparte a identității etnice

Către o definiție a identității etnice

III. Identitatea etnică romă – trecut și prezent

Situația actuală a minorității rome

Noua identitate romă

Managementul identitar

Concluzii

IV. Influența mass media asupra identității etnice

Influența mass media

Considerente generale

Abordări diferite ale problemei

Contextualizarea abordării

Mass media și Analiza Critică de Discurs

Proprietățile comunicării în masă sau mass media

Economia mass media

Politicile media

Practicile producerii și consumului textului/discursului media

Contextul socio-cultural

Teoriile despre mass media și naționalism

Mass media și grupurile minoritare

Scurt istoric al cercetării domeniului mass media – etnocentrism, naționalism, rasism

Consumul de mass media în România

V. Analiza de discurs - locul și rolul discursului în construirea identității

Scurt istoric al analizei de discurs

Trei abordări diferite ale analizei de discurs

a). Teoria discursului - Ernesto Laclau și Chantal Mouffe

b). Psihologia discursivă - Edwards, Potter, Wetherell, etc

c). Analiza Critică a Discursului (ACD) - Fairclough, van Dijk, Wodak, etc

Observație

VI. Analiza discursului mass media despre identitatea etnică romă

Instrumentul de analiză

Identitatea etnică romă în discurs – Analiza mass media

VII. Concluzii

Anexe

Dicționar de termeni

Exemplu de monitorizare MEDIAFAX

Bibliografie

SINTEZA. Proiectului meu de cercetare își propune să răspundă întrebării: cum construiește mass media o identitate etnică minoritară (identitatea etnică romă). Am urmărit, ghidată de premisele și instrumentele dezvoltate în cadrul Analizei Critice de Discurs, să surprind latura acțională a discursului media – ce face discursul. În ultimii ani mass media din România (dar chiar și politicienii) ca urmare a eforturilor depuse de-a lungul timpului este atentă și folosește limbajul „political corect” atunci când vine vorba despre prezentarea/reflectarea unor personaje/grupuri minoritare. În același timp asistăm, mai mult sau mai puțin informați, la un proces de construire a unei noi identități etnice (identitatea etnică romă) într-un context în care identitățile etnice consacrate trec printr-un proces de reconstrucție permanentă. Mass media este un actor important pentru că ea vehiculează și promovează/reproduce semnificațiile și relațiile de putere din societate prin mesajele transmise într-un anumit limbaj despre diferite subiecte/personaje/teme. În cadrul demersului de cercetare am căutat să identific modul în care mass media construiește/prezintă un grup etnic minoritar (puternic discriminat negativ), să identific noile strategii folosite pentru reproducerea relațiilor de putere, dar și să surprindă efectul pe care aceste imagini despre un grup etnic le pot avea asupra receptorilor mesajelor mass media. Am identificat astfel trei tipologii identitare folosite de către mass media pentru a îi reprezenta pe romi (cea normativă, cea de marginal/sărac și identitatea etnică normală) și le-am cuplat cu efectele pe care le pot determina la nivelul receptorilor (excludere, acceptare, includere). Concluzia este că mass media, în ciuda limbajului „political corect” utilizat, reușește să transmită și să promoveze relațiile de putere și implicit stereotipurile negative, constituindu-se într-o frână a procesului de incluziune socială a cetățenilor români de etnie romă.

CUVINTE CHEIE: identitate, identitate socială, identitate etnică, construcția identității etnice, elemente ale identității etnice, etnie romă, analiză de discurs, analiza critică de discurs.

Rezumatul tezei de doctorat

Proiectului meu de cercetare își propune să răspundă întrebării: cum construiește mass media o identitate etnică minoritară (identitatea etnică romă). Am urmărit, ghidată de premisele și instrumentele dezvoltate în cadrul Analizei Critice de Discurs, să surprind latura acțională a discursului media – ce face discursul. În ultimii ani mass media din România (dar chiar și politicienii) ca urmare a eforturilor depuse de-a lungul timpului este atentă și folosește limbajul „political corect” atunci când vine vorba despre prezentarea/reflectarea unor personaje/grupuri minoritare. În același timp asistăm, mai mult sau mai puțin informați, la un proces de construire a unei noi identități etnice (identitatea etnică romă) într-un context în care identitățile etnice consacrate trec printr-un proces de reconstrucție permanentă.

Mass media este cea care ne poate oferi multe informații despre semnificațiile sociale și stereotipurile proiectate prin limbaj și comunicare, dar și despre reflectarea și influențarea formării și exprimării culturii, politicilor și vieții sociale. Mass media este cea care vehiculează stereotipii, idei, atribuie semnificații, construiește și reprezintă persoane, grupuri, mase. Elementele identității etnice și contextele (interne, proprii grupului sau/și externe) în care identitatea etnică este produsă și reprodusă se manifestă, printre altele, discursiv-lingvistic. Identitatea etnică este rezultatul unui proces continuu de negociere/construcție/deconstrucție în parte discursiv tocmai pentru că interacțiunile sociale se realizează prin discurs. Aici intervine mass media care ”decide” vehicularea unui anumit discurs despre o anumită identitate etnică, astfel că anumite ”imagini” despre un grup sunt promovate și mediatizate, având șanse mari să fie cât mai mult răspândite și apoi interiorizate de către receptori.

În cercetare am pornit de la trei premise: identitatea etnică este construită/reconstruită social în cadrul unui proces continuu de negociere și renegociere între un grup etnic și exterior; limbajul este o practică socială care prin modurile de acțiune, reprezentare și ființare contribuind la reprezentarea și construcția identităților sociale, pentru că a îl reprezenta pe celălalt este o practică socială; discursul mass media nu este o reflectare în oglindă a realității, ci reprezintă/construiește realitatea (și deci și identitățile etnice) fiind tributari condițiilor de producere, difuzare și receptare.

Obiectivul general al tezei a fost acela de a identifica modalitățile în care mass media construiește identitatea etnică romă urmărind realizarea și testarea unui instrument de analiză.

Am pornit cu două ipoteze principale:

Dacă mass media folosește un limbaj „political corect” când se referă la un grup minoritar (etnic în cazul de față) atunci există puține șanse ca mesajul să transmită o imagine stereotipă negativă despre acel grup.

Dacă un grup minoritar (etnic în cazul de față) este prezentat negativ de către mass media atunci efectele acestui mod de prezentare sunt de excludere/respingere a grupului din societate.

Am adăugat și câteva întrebări de lucru: Imaginea transmisă de către mass media este una stereotipă și rasistă, chiar și atunci când este construită într-un limbaj „political corect”? Alter (romii) este prezentat/reprezentat de către mass media prin prisma stereotipurilor pe care majoritatea le are despre el? Cum este construit personajul aparținând unei minorități discriminate în discursul mass media? Ce efecte are această construcție asupra grupului reprezentat? Construiește mass media o identitate etnică romă „normală” sau una „exotică”?

I. Noi și Ei - Identitate socială / identitate etnică / identitate etnică a grupului minoritar

Primul capitol este dedicat analizei relației dintre identitatea individuală, identitatea socială și identitatea etnică. Nu este ușor de dat o definiție a identității, o conceptualizare și o înțelegere uniformă a noțiunii, mulți cercetători oferind diverse abordări ale aceluiași fenomen. Filosofia, psihologia, sociologia, psihologia socială, antropologia, istoria, științele politice, lingvistică, științele juridice au manifestat și manifestă interes pentru acest concept tocmai datorită utilizării frecvente, acesta devenind din ce în ce mai utilizat, atât în viața cotidiană cât și de comunicare în masă. Pentru a complica și mai mult lucrurile conceptului de identitate îi mai sunt atașate alte multe concepte importante (pentru existența noastră): identitate personală, identitate socială, identitate individuală, identitate de grup, identitate colectivă, identitate culturală, identitate etnică, identitate națională, identitate corporatistă, identitate de gen etc.

În psihologie dezbaterile referitoare la individ-societate s-a concentrat mai mult în cadrul psihologiei sociale. Sociologia a abordat relația individ-societate din

două perspective: determinismul social și schimbarea socială, ambele legate de problema existenței societății independente de indivizii care o compun. Aceasta pentru că, în mare, sociologia este interesată de influența socială asupra vieții individuale prin cultură, instituții sociale, structuri de putere prin care societatea este stratificată etc. Totuși, identitatea este un concept central în psihologia socială. Studii despre concepția de sine și identitate, precum și cele referitoare la problema opoziție/relației dintre individ și social, dintre identitatea individuală și cea socială au o lungă istorie.

Pornind tot din psihologia socială, dar mai ales din sociologia psihologică (dacă se poate spune așa) s-a dezvoltat teoria identității sociale în încercarea de a adresa explicit această relație dintre individ și societate. Premisa teoretică principală este că identitatea individuală și identitatea socială se află pe un continuum la extreme opuse, făcând parte însă din aceeași identitate unificatoare (H. Tajfel). Turner (1982: 18) este cel care definește identitatea socială ca fiind suma totală a identificărilor sociale utilizate de către o persoană pentru a se defini pe sine, putând funcționa, în anumite ocazii până la excluderea identității personale, imaginea de sine dominantă putându-se baza doar sau în principal pe cea de membru de grup.

Această perspectivă este des utilizată pentru a explica etnocentrismul în cadrul paradigmei grupului minimal. În plus, cei doi promotori, Turner și Tajfel vorbesc despre multiple identități sociale, ca și concepții de sine individuale derivate din perceperea adeziunii la anumite grupuri sociale. Iar nevoia de distinctivitate pozitivă este considerată „vinovată” pentru apariția unui „noi”. În cadrul teoriei identității sociale au fost consacrate (sociologic) concepte ca identificare, categorizare și comparație, acestea permițând o mai bună înțelegere a stereotipurilor și a nevoii de grup. Tajfel este printre primii care teoretizează legătura dintre identitatea individuală și identitatea socială, considerându-le existând pe o axă a unui continuum, în care identitatea personală se află la un capăt al axei iar identitatea socială la celălalt asigurând un comportament interindividual-intergrup continuu. Alți cercetători însă prezintă această relație în alte forme, dar se deschide discuția despre condițiile de formare a grupului și a sentimentului de apartenență la acesta. Tot Tajfel și apoi Turner, urmași de alții, deschis discuția despre identitatea grupului minoritar.

Identitatea etnică este o formă de identitate socială iar de-a lungul timpului au fost vehiculate o multitudine de definiții, fiecare dintre acestea încercând să surprindă cât mai bine specificul. Au fost considerate relațiile etnicității cu naționalismul, dar și

cu rasa. Multe discursuri academice de-a lungul timpului au încercat să explice originile și puterea identității etnice, sursa și gradul atașamentului la un anumit grup etnic: primordialismul; instrumentalismul; constructivismul; postmodernism; și constructivismul social. Am ales să urmez linia constructivismului social, perspectivă care susține că identitatea este un element cheie al realității subiective și, ca orice realitate subiectivă, se află într-o relație dialectică cu societatea. Identitatea se formează ca urmare a unor procese sociale Berger și Luckmann (1999: 200). „Etnicitatea și rasa nu sunt doar simple etichete impuse oamenilor, ci sunt identități pe care oamenii le acceptă, le rezistă, le aleg, le specifică, le inventează, le redefinesc, le resping, le apără și așa mai departe” (Cornell și Hartmann, 1998: 77).

În urma analizei multor teorii am considerat identitatea ca fiind rezultatul interacțiunii dintre individ și mediu, social și fizic, fiind o rezultantă a întâlnirii factorilor interni cu cei externi individului, a subiectivității cu obiectivitatea. Identitatea unui individ nu este fixă, dată și omogenă, ci se construiește și re-construiește în timp, în funcție de situațiile prin care trece individul, în funcție de forțele care acționează asupra sa. Definiția la care am ajuns este aceea care afirmă că identitatea etnică este o identitate socială, colectivă, construită social ca urmare a interacțiunii continue dintre atribuire – categorizare și afirmarea – identificare, prin articularea – construirea – găsirea dimensiunilor pe care se pot dezvolta similarități și diferențe culturale pretinse pentru comparare cu cei din propriul grup și cei din afară și construirea unor granițe – bariere sociale-etnice de separare impregnate simbolic.

Am studiat apoi procesele implicate în construirea identității etnice - auto-identificarea și categorizarea externă, precum și seria de interacțiuni sociale care produc și reproduc identitatea: socializarea primară; interacțiunea publică de rutină; relațiile sexuale; relațiile sociale din comunități; calitatea de membru al grupurilor informale; căsătoria și familia; relațiile de afaceri; angajarea în muncă; alocarea administrativă; politicile organizatorice; clasificările oficiale. Am considerat elementele implicate în etnogeneza grupului etnic, împărțite de către Cornell și Hartman (1998) în două mari categorii: factori externi (circumstanțiali: condițiile sociale, legislația, politicile publice locale și internaționale etc.) și cei interni (proprii grupului, identități alese, acceptate, inventate, respinse, activ apărate etc.). Dar și principalele legături care îi țin împreună pe membrii grupului: auto-conștientizarea apartenenței la un anumit grup etnic/rasial; interesele comune; instituțiile comune; și cultura comună.

II. Identitatea etnică romă – trecut și prezent

În acest capitol, scurt de altfel, am încercat să îmi concentrez atenția în special pe proiectul de construcție a unei noi identități etnice rome. Am făcut o trecere în revistă a începuturilor, a curentelor, dar m-am oprit și asupra actorilor implicați în proces și al managementului identitar care are loc. Nu există multe publicații și cercetări dedicate acestei teme, analiza construirii identității etnice rome fiind un subiect puțin abordat în spațiul public.

III. Influența mass media asupra identității etnice

În capitolul trei m-am apropiat în demersul meu de actorul principal supus analizei: mass media și a sa influență asupra receptorilor/publicului său. Am realizat o trecere în revistă a principalelor cercetări dedicate influenței mass media, apoi am avansat către concepția despre mass media promovată de către Analiza Critică de Discurs, curent de analiză de discurs la care am aderat.

Mi-am concentrat atenția asupra conceptelor și perspectivei vehiculate: de la proprietățile comunicării de masă, la economia mass media, apoi la politicile media, urmate de practicile producerii și consumului textului/discursului media, finalizând cu contextul socio-cultural.

Nu am putut omite din acest capitol teoriile despre mass media și naționalism, focalizându-mi demersul pe teoreticieni pe care i-am considerat principali pentru domeniu. Apoi am abordat relației dintre mass media și grupurile minoritare. Nu sunt puține studiile care au abordat problema, iar eu am încercat să le surprind pe cele care ar putea folosi demersului meu. Pentru a restrânge aria de interes mi-am concentrat demersul prin prezentarea unui scurt istoric al cercetărilor relației dintre mass media, etnocentrism, naționalism și rasism, realizate în cadrul Analizei Critice de Discurs. Apoi, folosind date despre consumul de mass media în România și încrederea de care beneficiază aceasta, m-am apropiat și mai mult și am restrâns domeniul de investigație. Folosind date din sondaje de opinie am încercat să ilustrez modul în care sunt percepuți/considerați romii din România.

IV. Analiza de discurs - locul și rolul discursului în construirea identității

În capitolul patru am prezentat un scurt istoric al analizei de discurs, iar apoi mi-am concentrat demersul pe prezentarea și discutarea a trei abordări diferite: teoria

discursului (Laclau și Mouffe); psihologia discursivă (Edwards, Potter, Wetherell); și Analiza Critică a Discursului (Fairclough, van Dijk, Wodak).

Cele două autoare Phillips & Jorgensen (2002) surprind foarte bine punctele comune ale celor trei abordări: 1. limbajul nu este o reflexie a realității pre-existente; 2. limbajul este structurat în modele sau discursuri, neexistând doar un singur sistem de semnificații ci serii de sisteme sau discursuri, semnificația schimbându-se de la discurs la discurs; 3. modele discursive sunt menținute și transformate în practici discursive; și 4. menținerea și transformarea modelelor trebuie explorată prin analiza anumitor contexte în care limba este în acțiune.

În cazul fiecărei dintre cele trei abordări am prezentat pe scurt concepția despre discurs și concepția despre social și identitate. Analiza Critică de Discurs a fost abordarea prezentată ultima, dar căreia i-am alocat cel mai mare spațiu, considerând-o abordarea care mi-a putut oferi cel mai bun cadru teoretic și de analiză pentru demersul meu.

Din toate cele prezentate eu mi-am focalizat demersul pe cele trei elemente care compun identitatea socială: categorizarea, identificarea și compararea. Am considerat că discursul este important în formarea identității sociale de sine dar și în formarea imaginii – identității sociale a Celuilalt¹ (folosit pentru comparare), cele două imagini, imaginea de sine și imaginea Celuilalt fiind într-o relaționare continuă, presupunându-se una pe cealaltă, neputând exista una fără cealaltă.

V. Analiza discursului mass media despre identitatea etnică romă

În acest capitol, dedicat prezentării instrumentului de analiză a discursului mass media, dar și aplicării acestuia, mi-am propus să răspund provocării: cum este prezentată în presă o identitate etnică, cum este prezentat/construit prin discurs mass media un grup etnic sau identitatea lui etnică. Am păstrat însă linia analizei critice de discurs și am urmărit identificarea efectelor pe care discursurile mass media le au asupra construirii/prezentării unui anumit grup etnic.

Mergând pe linie constructivistă, am considerat identitatea ca fiind rezultatul interacțiunii dintre individ și mediu, social și fizic, fiind o rezultantă a întâlnirii factorilor interni cu cei externi individului, a subiectivității cu obiectivitatea.

¹ Celălalt este folosit cu majusculă pentru a desemna celălalt grup, un alter absolut dar în același timp relativ.

Identitatea unui individ nu este fixă, dată și omogenă, ci se construiește și re-construiește în timp, în funcție de situațiile prin care trece individul, în funcție de forțele care acționează asupra sa.

Identitatea etnică este o formă a identității colective, o identitate socială, una dintre multiplele identități individului putând varia situațional cât și în termeni absoluți. Este o identitate colectivă construită social la intersecția dintre atribuire – categorizare, comparare și afirmarea – identificare, prin articularea / construirea / găsirea dimensiunilor / elementelor / caracteristicilor (obiective și subiective) pe care se pot dezvolta similarități și diferențe pretinse investite cu semnificație etnică folosite pentru comparare cu cei din propriul grup și cei din afară și construirea/reconstruirea continuă a unor frontiere – bariere sociale-etnice de separare dintre grupuri impregnate simbolic, acestea fiind produse și reproduce social. Categoria etnică este definită extern, dar grupul etnic este definit intern (Jenkins 1994, 1998:20), ceea ce nu înseamnă că în ecuația de definire/construire continuă a grupului etnic ceilalți nu contează, etnicitatea fiind o problemă de contrast (Cornell și Hartman, 1998).

Grupul etnic (definit Jenkins 1998) este o colectivitate care afirmă existența unor dimensiuni/elemente/caracteristici de similaritate, distincte și de diferență investite cu semnificație etnică, grup care devine o „comunitate imaginată”, dezvoltând o anumită ideologie etnică de grup, o comunitate de destin și care își construiește astfel distinctivitatea și frontierele de demarcație față de alte grupuri. Grupul etnic funcționează ca o sursă de identificare pentru fiecare membru al grupului. Grupul etnic este o colectivitate care poate pretinde: o descendență comună reală sau imaginată, un trecut și o cultură comună și anumite elemente (limbă, religie, aparență fizică, etc.) considerate ca fiind distincte de elementele altor grupuri sociale și care își construiește astfel distinctivitatea și frontierele de demarcație față de alte grupuri.

Am considerat, în analiza discursului, faptul că textul/discursul nu doar reflectă lumea, dar o și construiește (J. L. Austin, *How to do things with words*, Cambridge (MA): Harvard UP. 1962), are un impact asupra ei, construiește realitatea și ce este cel mai important – îi conferă semnificații. Limbajul este cel prin care un autor (în cazul de față jurnalistul) structurează și construiește în același timp propria lume pe care apoi o prezintă mai departe audienței.

Este adevărat, așa cum am prezentat și în capitolele dedicate identității etnice și apoi a identității etnice a grupului minoritar, că un grup se definește pe sine (își

definește identitatea de grup) prin comparație cu un alt grup, prin exacerbarea diferențelor dintre Noi și Alter, dar și prin negativizarea (rar avem de a face cu pozitivarea²) lui Alter.

Abordarea mea se concentrează, nu pe detaliile gramatice ale discursului, ci pe lexic - cum sunt prezentați romii, care sunt cuvintele prin care romii sunt prezentați în discurs. Dar nu am pierdut din vedere un aspect foarte important: contextul – cine este cel care spune (pentru că în cadrul unui articol jurnalistul nu este singurul care vorbește), ce autoritate are și ce face, care sunt acțiunile sale în cadrul discursului, acțiuni cu efect asupra romilor. Nu intru în a discuta importanța pe care o are un anumit fel de reprezentarea a romilor în mass media, mai ales dacă avem în vedere discriminarea cu care se confruntă membrii acestei etnii cotidian, dar și faptul că asistăm la un proces de trezire identitară, de reconstrucție identitară care, în viziunea mea, ar trebuie sprijinită pentru că în timp va avea efecte pozitive în ceea ce privește incluziunea socială a acestei minorități etnice.

Trebuie să recunosc că în analiza mea și în producerea instrumentului nu am vrut să trec mai departe de nivelul de analiză micro – deci o parte din analiza structurării frazelor (cuvintele; sintaxa) din considerente clar prezentate anterior. Dar acestor elemente de analizat le-am adăugat altele inspirate din analiza de conținut: evaluarea modului în care un personaj este prezentat de către articol; evaluarea pe care o realizează jurnalistul atunci când prezintă un personaj în articolul său³; încadrarea prezentării unei anumite etnii (tema generală a articolului și tema în care apar etnicii romi).

Metodele de construire identificate pleacă de la definiția identității etnice: o identitate colectivă construită social la intersecția dintre atribuire – categorizare, comparare și afirmarea – identificare, prin articularea / construirea / găsirilor dimensiunilor / elementelor / caracteristicilor (obiective și subiective) pe care se pot

² Pozitivarea (≠ negativizării), în contextul de față, este procesul prin care sunt vehiculate în special atributele pozitive (stereotipurile pozitive). Este cazul germanilor din România și considerați de români (conform Barometrului Relațiilor Etnice, Centrul de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală, noiembrie 2001) ca fiind civilizați, harnici, inteligenți și întreprinzători. Sunt stereotipiile pozitive care au rămas în imaginarea colectivă și care vor mai dăinui un timp.

³ dacă în cazul genurilor jurnalistice de opinie jurnalistul este cel care face evaluarea și o asumă, în cazul celorlalte genuri care presupun obiectivitate din partea omului de presă, evaluarea unui personaj nu ar mai avea voie să fie realizată de către jurnalist

dezvolta similarități și diferențe pretinse (diferențele culturale fiind relevante doar prin interacțiune, relația dintre etnicitate și cultură nefiind de unu la unu, caracteristicile culturale putând a se schimba în timp) investite cu semnificație etnică folosite pentru comparare cu cei din propriul grup și cei din afară și construirea/reconstruirea continuă a unor frontiere – bariere sociale-etnice de separare dintre grupuri impregnate simbolic, acestea fiind produse și reproduce social.

Am căutat să identific modalitatea prin care sunt construite similarități, ce fel de similarități, ce caracteristici, ce semnificații le sunt atribuite, care sunt diferențele prezentate, ce semnificație le este atribuită. Am considerat că diferențele sunt: nivel de trai, normative (norme și valori), culturale (aici am inclus și diferențele istorice), politice (afirmarea noii identități etnice cu dimensiune politică). Acestea vor fi dezvoltate și explicate în cadrul analizei.

În analiză am considerat următoarele elemente:

- genul jurnalistic;
- subiectul general prezentat de articol;
- subiectul din cadrul articolului în care apare menționată etnia romă;
- interesul pentru etnia romă (articolul este exclusiv dedicat etniei romă, articolul are printre subiecte etnia romă, etnia romă este amintită în articol);
- evaluarea generală a etniei în cadrul articolului;
- evaluarea etniei romă realizată de către jurnalist; etnonimele ”rom” și ”țigan” și semnificația acestora în articol;
- dacă etnonimul ”rom” devine în articol sinonim cu etnonimul ”țigan”;
- menționarea inutilă a etniei;
- evaluarea activității pe care o desfășoară romii;
- Voce (citare sau parafrizare) și autoritate a personajelor de etnie romă în cadrul articolului;
- Voce (citare sau parafrizare) și autoritate a Celuilalt în cadrul articolului;
- cine îl categorizează (îl încadrează într-o categorie etnică) pe protagonistul rom;
- diferențe normative, de nivel de trai, culturale și afirmarea identității etnice politice;
- acționează Celălalt asupra protagonistului de etnie romă;

- cum evaluează jurnalistul această acțiune; evaluarea relației dintre Celălalt și protagonistul de etnie romă; tip identitar.

Am folosit baza de monitorizare a MEDIAFAX și am considerat doar publicațiile (cotidienele și periodicele) naționale care au fost monitorizate după familii de cuvinte: rom, roma, romi, rome, romanes, romilor, rromi etc.; și țigan, țigănci, țigănesc etc. Eșantionul a fost unul relativ mic: 105 articole publicate în presa centrală tipărită între 1 ianuarie 2013 – 31 martie 2013.

VI. Concluzii

Instrumentul dezvoltat este inspirat din mai mulți autori (Norman Fairclough, Margaret Wetherell și Jonathan Potter, Teun van Dijk, Ruth Wodak), dar obiectivul urmărit cu obstinatie este inspirat de J. L. Austin și a sa binecunoscută prelegere "How to do things with words" – ce fac cuvintele/discursurile atunci când prezintă ceva/pe cineva. În toate lecturile mele am căutat să descopăr ceva care să îmi permită să identific acele granițe care separă "comunitățile imaginare" așa cum au fost ele frumos denumite de către Benedict Anderson.

După ani, căutări și încercări am reușit să identific o definiție a grupului etnic care mă putea ajuta în realizarea analizei de discurs după lecturarea unei consistente bibliografii în acest domeniu. Parcurgând publicații dedicate analizei de discurs am realizat că Analiza Critică a Discursului este perspectiva care mă poate ajuta în atingerea obiectivului. Diversele abordări și analize consultate mi-au inspirat apoi realizarea instrumentului de analiză. Așa cum este menționat în prezentarea instrumentului de analiză, nu am folosit cu scrupulozitate toate instrumentele dezvoltate de Teun van Dijk, sau Norman Fairclough, sau Margaret Wetherell și Jonathan Potter, sau Ruth Wodak. Exista mereu o suprapunere, dar în același timp un gol care nu îmi permitea să realizez analiza mai multor discursuri de maniera dorită de mine și în plus să reușesc să identific modalitățile de construire a unei identități etnice a unui grup minoritar.

Instrumentul dezvoltat presupune considerarea în analiză a câtorva itemi și a relației dintre aceștia: genul jurnalistic; subiectul general prezentat de articol; subiectul din cadrul articolului în care apare menționată etnia romă; interesul pentru etnia romă (articolul este exclusiv dedicat etniei rome, articolul are printre subiecte etnia romă, etnia romă este amintită în articol); evaluarea generală a etniei în cadrul articolului; evaluarea etniei rome realizată de către jurnalist; etnonimele "rom" și

”țigan” și semnificația acestora în articol; dacă etnonimul ”rom” devine în articol sinonim cu etnonimul ”țigan”; menționarea inutilă a etniei; evaluarea activității pe care o desfășoară romii; Vocea (citare sau parafrizare) și autoritatea personajelor de etnie romă în cadrul articolului; Vocea (citare sau parafrizare) și autoritatea Celuilalt în cadrul articolului; cine îl categorizează (îl încadrează într-o categorie etnică) pe protagonistul rom; diferențe normative, de nivel de trai, culturale și afirmarea identității etnice politice; acționează Celălalt asupra protagonistului de etnie romă; cum evaluează jurnalistul această acțiune; evaluarea relației dintre Celălalt și protagonistul de etnie romă; tip identitar.

Plecând de la definiția identității etnice (prezentată în capitolul I) am reușit să desprind o tipologie identitară care să răspundă la întrebarea care a stat la baza analizei de discurs: ce se face prin acest discurs; ”Ce face jurnalistul prin imaginea pe care o prezintă/reflectă?” Am reușit să identific trei mari tipologii identitare: identitate normativă, identitate de marginal și identitate etnică normală.

Identitatea etnică normativă este acea identitate care este prezentată/construită prin discurs prin accentuarea diferențelor dintre normele și valorile lui Alter și normele și valorile lui Noi, cu accent pe faptul că normele și valorile lui Alter sunt atât de diferite și nu se potrivesc cu cele ale societății democratice. În această categorie identitară mare am considerat (dar am observat că apare frecvent) și prezentarea diferențelor culturale dintre Alter și Noi, dar specificul cultural a lui Alter este dus până la extrem, exotizat și astfel scos din normalul social acceptat. Prin această construcție/reprezentare a identității jurnalistul reușește să transmită receptorului faptul că acest grup (etnic) nu poate fi sub nici o formă integrat/acceptat în societate, deci excluderea și refuzul existenței acestora (care pot reprezenta un pericol pentru societate) este soluția dezirabilă.

Identitatea etnică de marginal este prezentată de către jurnalist prin insistarea/prezentarea diferențelor de nivel de trai și a problemelor asociate (discriminare, marginalizare, sărăcie). Ziaristul nu face referire la diferențele normative (rar apar referințe în ce privește diferențele culturale, dar acest lucru se poate datora numărului mic de articole analizate), grupul fiind prezentat doar ca sărac, discriminat, marginalizat, pasiv și fără putere de decizie, dar compatibil de a fi integrat social, prin eforturile întregii societăți.

Identitatea etnică normală este acea identitate prezentată prin discurs pentru care accentul se pune pe diferențele culturale normale (cele considerate normale de o

societate care promovează multiculturalismul ca valoare), dar și pe identitatea politică (cazul UDMR). La fel ca și în cazul categoriei identitare anterioare, nu se face referire la diferențele normative dintre grupul minoritar și majoritate, în plus, membrii grupului minoritar au Voce⁴ și autoritate (frecvent), prezentarea protagoniștilor membrii ai grupului minoritar nu se face prin uniformizare ci se păstrează diferențele dintre aceștia (ceea ce presupune normalitate și nu încurajează stereotipizările negative), în plus membrii grupului minoritar sunt implicați (mai frecvent) în categorizare – auto-identificarea etnică a grupului din care fac parte. În acest caz avem de a face cu prezentarea unui grup minoritar care face parte din societatea care promovează multiculturalismul.

Analiza infirmă a doua ipoteza (Dacă un grup minoritar (etnic în cazul de față) este prezentat negativ de către mass media atunci efectele acestui mod de prezentare sunt de excludere/respingere a grupului din societate.) Răspunsul la întrebarea care sunt efectele pe care această construcție identitară o are asupra grupului reprezentat este prezentat în grafic în care am încercat identificarea celor trei stări/poziții ale societății majoritare ca efect al prezentării celor trei mari construcții identitare: excludere, acceptare și includere.



Instrumentul dezvoltat și testarea acestuia vin să demonstreze că nu mai este suficient, pentru identificarea articolelor discriminatorii/rasiste, doar de semnalarea etnonimelor/denominațiilor folosite, a cuvintelor care li se alătură, a acțiunilor în care sunt prezentați protagoniștii, a subiectelor în cadrul cărora este prezentată minoritatea respectivă. Cu o astfel de analiză nu se reușește să se surprindă efectele pe care o anumită construcție discursivă a unei identități le poate avea asupra grupului reprezentat.

⁴ sunt citați sau parafrazați, au posibilitatea de a-și prezenta propria versiune a evenimentului.

Imaginea negativă și defavorabilă a lui Alter se poate obține folosind doar: categorizarea externă (hetero-atribuirea categoriei), prezentarea unui singur protagonist – grupul ca protagonist, fără diversitate intra-grup; prezentarea întregului grup ca fiind compact, respectând aceleași valori și norme care sunt opuse societății generale; fără voce și autoritate (deci fără posibilitatea de a își prezenta propria versiune a evenimentului); realizând acțiuni negative; și fiind foarte diferit din punct de vedere cultural (până la exotizare).

Din analiză rezultă că și prima ipoteză (Dacă mass media folosește un limbaj „political corect” când se referă la un grup minoritar (etnic în cazul de față) atunci există puține șanse ca mesajul să transmită o imagine stereotipă negativă despre acel grup) este falsă pentru că prezentarea negativă a unui grup minoritar nu presupune automat sugerarea excluderii acestuia din societate dacă în demers nu se aduce atingere elementelor importante ale identității de grup. Un grup minoritar poate fi prezentat ca efectuând/fiind implicat într-o acțiune negativă, folosind denumiri peiorative, dar atâta vreme cât nu se insistă pe diferențele normative și valorice dintre grupul minoritar și societate (presupunând aici că ne referim la o societate democratică, incluzivă, multiculturală, cu respect pentru drepturile omului și diversitate), nici pe cele culturale (duse până la extrem), nu avem de a face cu un discurs care exclude grupul respectiv din societate.

Doar contabilizarea folosirii unor denumiri (etnonime în cazul de față) nu este suficientă pentru a identifica cazurile de discriminare/rasism din mass media. Excluderea – prezentarea unui grup ca fiind incompatibil cu societatea și care, în consecință trebuie îndepărtat, este o atitudine mai gravă decât discriminare și poate avea consecințe neplăcute pentru grupul respectiv. Este o formă mascată de transmitere a unei ideologii extremiste. În plus, un anumit etnonim, care are în general semnificații peiorative („țigan”) poate fi folosit în auto-identificare chiar de către membrii etniei respective, unii dintre aceștia fiind prezentați în poziție de autoritate (reprezentantul minorității respective în Parlament).

În ciuda eforturilor depuse de organizații ne-guvernamentale și guvernamentale, discursul mass media are în continuare tendința de a vehicula stereotipii negative și îndeamnă la excluderea romilor din societate. Problema este că aceste acțiuni nu mai sunt atât de vizibile ca în anii 90 pentru că se reușește evitarea mecanismelor de control ale unei societăți care se dorește democratică, multiculturală și incluzivă cu cetățenilor săi.

Bibliografie

- Abrams D. (1992). Processes of Social Identification. In G. M. Breakwell (ed.), *Social psychology of identity and the self-concept* (pp. 9-33). Academic Press: London.
- Agger G. (1999). Intertextuality Revisited: Dialogues and Negotiations in Media Studies. *Canadian Journal of Aesthetics*, 4, 1999.
- Anderson B. (1996). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso / New Left Books.
- Austin J. L. (1962). *How to do things with words*. Harvard UP: Cambridge (MA).
- Bakhtin, M. M. (1981). *The Dialogic Imagination: Four Essays*. University of Texas Press.
- Bañón H. A. (1996). *Racismo, discurso periodístico y didáctica de la lengua*. Almería: Servicio de Publicaciones de la Universidad.
- Banton M. (2001). Instrumentalist Theories of Nationalism. In *Encyclopedia of Nationalism*, 2001. Academic Press.
- Barany Z. (2002). *The East European Gypsies. Regime Change, Marginality and Ethnopolitics*, Cambridge University Press: Cambridge
- Barometrul de Opinie Publică (2003-2006). Fundația pentru o societate deschisă: <http://www.fundatia.ro/barometrul-de-opinie-public%C4%83>
- Barth F. (ed.) (1969). *Ethnic Groups and Boundaries. The Social Organization of Cultural Difference*. Little, Brown and Company: Boston.
- Berger P. L. & Lumann T. (1999). *Construirea socială a realității*, Editura Univers: București.
- Billig M. (1991). *Ideology and Opinions*. Sage Publications: London.
- Billig M. (1996). *Arguing and Thinking*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boscoboinik A. (2009). *Le jeu des identités rom: dynamisme et rigidité*. Boscoboinik A. et Ruegg F. (ed.) *Nouvelles identités rom en Europe centrale et orientale*. (Vol XLVIII.2) Université de Genève, Switzerland.
- Boscoboinik A. and Giordano C. (2003). *Roma's Identity and the Political Arena*. In Memedova A., Plaut S., Boscoboinik A., Giordano C. *Roma's Identities in Southeast Europe: Macedonia*. Ethnobarometer: Roma.

Brown G., Yule G. (1983). *Discourse analysis*. Cambridge University Press: Cambridge.

Centrul de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală (2001). *Barometrului Relațiilor Etnice*: http://www.edrc.ro/projects.jsp?project_id=19.

Centrul de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală (2002). *Barometrului Relațiilor Etnice*: www.edrc.ro.

Chouliaraki L. and Fairclough N. (1999). *Discourse in Late Modernity – Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press: Edinburgh.

Clark C. (1998). Counting backwards: the Roma “numbers game” in Central and Eastern Europe. *Radical Statistics*, vol. 69, pp. 35–46.

Coman Mihai (coord.) (2009). *Manual de Jurnalism*. Polirom: Iași

Cornell E. C. and Hartman D. (1998). *Ethnicity and Race: Making Identities in a Changing World*. Sage Publications.

Couthard M. (1977). *An Introduction to Discourse Analysis*. Longman: London.

Coyle, A. (1992). 'My own special creation'? The construction of gay identity. In Breakwell, G. M. (ed.) *The social psychology of identity and the self concept* (pp. 147-186). Academic Press (Surrey University Press): London.

Cuilenburg J. J. Van, Scholten O., Noomen G.W. (1998). *Știința comunicării*. Ed. Humanitas: București.

Dâncu V. (2013). *Tele-Vremea Țiganilor*. <http://www.ires.com.ro/articol/241/tele-vremea-tiganilor--perceptii-si-atitudini-fata-de-mediaticizarea-decesului-%E2%80%9Cregelui%E2%80%9D-florin-cioaba-> accesat la 15.12.2013

Deaux, K. (1992). Personalizing identity and socializing self. In G. M. Breakwell (ed.), *Social psychology of identity and the self-concept* (pp. 9-33). Academic Press: London.

Deschamps J. C. (1982). Social identity and relations of power between groups. In H. Tajfel (ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 85-98). Cambridge University Press: Cambridge.

Deschamps J. C., & Devos T. (1998). Regarding the relationship between social identity and personal identity. In S. Worchel, J.F. Morales, D. Paez, & J.C. Deschamps (Eds.), *Social identity: International perspectives* (pp. 1-12). Sage Publications: London.

Deutsch K. W. (1953). *Nationalism and Social Communication. An Inquiry Into the Foundations of Nationality*. The MIT Press

Devitt M., Sterelny K. (2000). *Limbaș și realitate*. Polirom: București.

Doise W. (1986). *Levels of explanation in social psychology*. Cambridge University Press: Cambridge.

Edwards, D. et al. (1995). Death and furniture: The rhetoric, politics and theology of bottom line arguments against relativism, *History of the Human Sciences*, 8, 25-49.

Edwards, D. (1997). *Discourse and Cognition*. Sage: London.

Edwards, D., Potter, J. (1992). *Discursive Psychology*. Sage: London.

Eide A. (2001). Cultural Rights as Individual Human Rights. In Eide A., Krause C., Rosas A. *Economic, Social and Cultural Rights: A Textbook*. Martinus Nijhoff Publishers

Eriksen T. H. (1991). The cultural contexts of ethnic differences. *Man*, vol. 26, no. 1 (1991).

Eriksen T. H. (2002). *Small Places, Large Issues: An Introduction to Social and Cultural Anthropology*. Pluto Press: London, Sterling, Virginia.

Erikson E. H. (1959). *Identity and the Life Cycle*. International Universities Press: New York.

Erjavec K. (2001). Media Representation of the Discrimination against the Roma in Eastern Europe: The Case of Slovenia. *Discourse Society* November 2001 vol. 12 no. 6 699-727.

Fairclough N. (2000) b. Discourse, social theory, and social research: The discourse of welfare reform. In *Journal of Sociolinguistics*, May 2000, vol. 4.

Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Longman: London.

Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press: Cambridge.

Fairclough, N. (2000) a. *New Labour, New Language?* Routledge: London.

Fairclough, N. (2001). *Language and Power (2nd edition)*. Longman: London.

Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge: London.

Fairclough N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman: London.

Fairclough N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. Longman: London.

Fairclough, N.; Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. Van Dijk (ed.) *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Vol. 2. s. 258-84. Sage: London.

Feys, C (1997): *Towards a New Paradigm of the Nation: The Case of the Roma*: <http://www.geocities.com/~patrin/paradigm.htm>.

Forbes J. and Kelly M. (1995). *French Cultural Studies: An Introduction*. Oxford University Press: Oxford.

Foucault M. (1971). *L'ordre du discours*. Gallimard: Paris:.

Ganea L. și Ulmanu A. B. (2007). *Stimularea gândirii critice a jurnaliștilor*. București: Centrul pentru Jurnalism Independent.

Gellner E. (1983). *Nations and Nationalism*. Cornell University Press.

Georgakopoulou A., Goustsos D. (1997). *Discourse analysis: an introduction*. Edinburgh University Press.

Gheorghe N. (1991). Roma-Gypsy ethnicity in Eastern Europe, *Social Research*, vol. 58, no. 4, pp. 829–35

Gheorghe N. (1997). The social construction of Romani identity, in Thomas Acton (ed.), *Gypsy Politics and Traveller Identity*. pp. 153–63 University of Hertfordshire Press: Hertfordshire.

Gheorghe N. & Acton T. (1995). *Dealing with Multiculturalism: Minority, Ethnic, National and Human Rights*. In OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights, *BULLETIN*, Spring 1995, Vol. 3 No. 2, Warsaw.

Habermas J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*. Polity: Cambridge.

Habermas J. (2005). *Teoria Transformării Structurale a Sferei Publice*. Ed. Comunicare.ro.

Hall S. (1996). *Critical Dialogues in Cultural Studies*. Routledge: London.

Hansen A., Cottle S., Negrine R., Newbold C. (1998). *Mass Communication Research Methods*. Palgrave Macmillan

Hobsbawm E. and Ranger T. (ed.) (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge University Press: Cambridge.

Hogg M. A. and Abrams D. (1988). *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. Routledge: London.

Horvath I (2012). Etnonimul de rom ca instrument al politicii identitare. În Horvath I. & Nastasă L. (ed.) Rom sau Țigan. Dilemele unui etnonim în spațiul românesc. Ed. Institutul pentru Studierea Problematicii Minorităților Naționale: Cluj.

Hutnik N. (1991). *Ehnic Minority Identity. A Social Psychological Perspective*. Clarendon Press and New Delhi OUP: Oxford.

Jenkins R. (1998). *Rethinking ethnicity. Argument and Explorations*. Sage Publications Ltd.

Jerman H. (2004) Russians as presented in Finnish TV documentaries, *The Global Review of Ethnopolitics* 3(2): 79-88.

Jorgensen M. and Phillips L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Sage Publications: London, Thousand Paks, New Delhi.

Levine D. (ed.) (1971). *On Individual and Social Forms: Selected Writings of George Simmel*. University of Chicago Press: Chicago and London.

Liebkind K. (1992). Ethnic Identity - Challenging the Boundaries of Social Psychology. In Breakwell, G. M. (ed.) *The social psychology of identity and the self concept* (pp. 147-186). Academic Press (Surrey University Press): London:.

Martín Rojo, L. (1994). The jargon of delinquents and the study of conversational dynamics, *Journal of Pragmatics* 21(3): 243-289.

Matouschek, B., Wodak, R., and Januschek, F. (1995). *Necessary measures against foreigners?: genesis and forms of racist discourses of difference*. Passagen Verlag: Wien:.

Mead G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. University of Chicago Press.

Memedova A., Plaut S., Boscoboinik A., Gordano C. (2005). *Roma's Identities in Southeast Europe: Macedonia*. Ethnobarometer: Rome.

Motyl A. J. (ed.) (2001). *Encyclopedia of Nationalism*. Academic Press.

Nash M. (1989). *The Cauldron of Ethnicity in the Modern World*. University of Chicago Press: Chicago, IL.

Okely, J. (1997) Some political consequences of theories of Gypsy identity. In Allison James et al. (eds.) *After Writing Culture: Epistemology and Praxis in Contemporary Anthropology*, pp. 224-243.

Pêcheux M. (1982). *Language, semantics and ideology*. St. Martin's Press: New York.

Potter, J. (1996) a. Discourse analysis and constructionist approaches: Theoretical background. In Richardson, J.E., (Ed), *Handbook of qualitative research*

methods for psychology and the social sciences. British Psychological Society: Leicester.

Potter, J. (1996) b. *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Sage: London.

Potter, J., Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behaviour*, Sage: London.

Potter, J., Wetherell, M. (1988). Accomplishing attitudes: Fact and evaluation in racial discourse. *Text - Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, 8(1-2) pp. 51–68.

Puxon G. (2000). The Romani movement: rebirth and the first World Romani Congress in retrospect, in Thomas Acton (ed.), *Scholarship and the Gypsy Struggle. Commitment in Romani Studies*, Hertfordshire: University of Hertfordshire Press, pp. 94–113.

Reisigl M. and Wodak R. (2001). *Discourse and Discrimination. Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge: London and New York.

Renan E. (1997). *Qu'est-ce qu'une nation?* Mille Et Une Nuits: Paris.

Richardson J. E. (2007). *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. Palgrave Macmillan.

Riggins S. H. (1997). *The Language and Politics of Exclusion: Others in Discourse*. Sage: Thousand Oaks, CA.

Rochardson J. E. (2007). *Analysing Newspapers. An Approach from Critical Discourse Analysis*. Palgrave Macmillan.

Romani Criss (2007). *Imaginea minorității rome în presa națională și locală*. București.

Roosens E. E. (1989). *Creating Ethnicity. The Process of Ethnogenesis*. *Frontiers of Anthropology*, Volume 5. SAGE Publications.

Smith A. D. (2001). *Nationalism: Theory, Ideology, History*. Polity Press: Cambridge.

Stewart, M. (1997). *Time of the Gypsies* (Boulder and Oxford: Westview)

Stewart, M. (1998). Brothers and Orphans: Two egalitarian models of community among Hungarian Rom. In Stewart, M., Day, S., Papataxiarchis, E. (Eds.). *Lillies of the Field: Marginal People who live for the moment* (pp.27-44). Boulder Westview.

Stubbs M. (1983). *Discourse Analysis. The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. The University of Chicago Press: Chicago.

Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories*. Cambridge University Press: Cambridge.

Tajfel, H. (1982). Instrumentality, identity and social comparisons. In H. Tajfel (ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 483-508). Cambridge University Press: Cambridge.

Tajfel, H. (ed.). (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press: London.

Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979). *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Brooks-Cole: Monterey, CA.

Ter Wal (2004). Report: European Day of Media Monitoring. A quantitative analysis of daily press and TV contents in the 15 EU Member States. Online/More Colour in the Media (project financed by the European Commission Community Action Program to Combat Discrimination).

Ter Wal J. (1997). The reproduction of ethnic prejudice and racism through policy and news discourse : the Italian case (1988-1992): <http://hdl.handle.net/1814/5426>

The Hutchinson dictionary of ideas. (1994). Helicon: Oxford.

Tuchman G. (2002). Qualitative methods in the study of news. In Jensen K. B and Jankowski W. (ed.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. Routledge: London and New York.

Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. In H. Tajfel (ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 15-40). Cambridge University Press: Cambridge.

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Blackwell: Oxford.

van Dijk T. (ed.) (1985). *Handbook of Discourse Analysis*. Academic Press: London.

van Dijk T. A. (1984). *Prejudice in discourse*. Benjamins: Amsterdam.

van Dijk T. A. (1987). *Communicating Racism. Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Sage: Newbury Park, CA.

- van Dijk T. A. (1988). *News as Discourse*. Erlbaum: Hillsdale, NJ.
- van Dijk, T.A. (1990). *Discourse & Society: a new journal for a new research focus*, *Discourse & Society*, 1, pp.5-16.
- van Dijk, T.A. (1991). *Racism and the Press*. Routledge: London:.
- van Dijk, T.A. (1992). *Discourse and the denial of racism*. *Discourse & Society*, 3 (1992), 87-118.
- van Dijk, T.A. (1993). *Elite discourse and racism*. SAGE: Newbury Park, CA:.
- van Dijk, T.A. (1996). *Discourse Studies: A multidisciplinary introduction* (2 Volumes). Sage: London.
- van Dijk, T.A. (1997). *Political discourse and racism, Describing Others in Western Parliaments*. In S. H. Riggins (Ed.), *The Language and Politics of Exclusion. Others in Discourse*. (pp. 31-64). Sage: Thousand Oaks, CA.
- van Dijk, T.A. (1998). *Ideology*. Sage: London.
- van Dijk, T.A. (2000). *New(s) Racism: A discourse analytical approach*. In Simon Cottle (Ed.) *Ethnic Minorities and the Media*. (pp. 33-49). Open University Press, 2000: Milton Keynes, UK.
- van Dijk, T.A. (2000). *On the analysis of parliamentary debates on immigration*. In M. Reisigl & R. Wodak (Eds.), *The semiotics of racism. Approaches to critical discourse analysis*. (pp. 85-103). Passagen Verlag, 2000: Vienna.
- van Dijk, T.A. (2003). *Elite discourse and racism*. SAGE: Newbury Park, CA.
- Voicu M. (2007). *Toleranță și discriminare percepută*. În Bădescu G., Grigoraș V., Rughiniș C., Voicu M., Voicu O. *Barometrul Incluziunii Romilor*. Fundația pentru o societate deschisă: București.
- Walker R. (2001) *Encyclopedia of Nationalism* (pp. 621). Academic Press.
- Wetherell M. (1982). *Cross-cultural studies of minimal groups: Implications for the social identity of theory of intergroup*. In H. Tajfel (ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 207-240). Cambridge University Press: Cambridge.
- Wetherell M. (1996) a. *Constructing identities: the individual/social binary in Henri Tajfel's social psychology*. In Robinson, Peter W. ed. *Social Groups and Identities: Developing the Legacy of Henri Tajfel*. *Social Psychology Series*. pp. 269–284. Butterworth-Heinemann: Oxford, U.K.
- Wetherell M. (1998). *Positioning and interpretative repertoires: Conversation analysis and post-structuralism in dialogue*. *Discourse and Society*, 9(3) pp. 387–412.

Wetherell M. (ed.) (1996) b. *Identities, Groups and Social Issues*. Sage Publications Ltd: London, U.K..

Wetherell M. & Potter J. (1992). *Mapping the Language of Racism*. Columbia University Press.

Widdicombe S. and Wooffitt, R., 1995, *The Language of Youth Subculture*, Harvester: Brighton.

Wilson C. C., Gutierrez F. (1985). *Minorities and Media: diversity and the end of mass communication*. Sage Publications.

Wodak R. (1997). *Gender and Discourse*. Sage: London.

Wodak R., de Cillia R., Reisigl M., Liebhart K. (2009). *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh University Press.

Wodak R., Meyer M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Wodak, R. and Kirsch, F.P. (eds). 1995. *Totalitäre Sprache — Langue de bois — Language of Dictatorship*. Vienna, Passagen.

Worchel, S., Morales J.F., Páez D., Dechamps, J.C. (Eds.) (1998). *Social Identity. International Perspectives*. SAGE Publications Ltd: London, Thousand Oaks, New Delhi

Zamfir C. și Preda M (coord.) (2002). *Romii în România* Ed. Expert: București.

Zamfir E. și Zamfir C. (coord.) (1993). *Țigani: Între ignorare și îngrijorare*. Editura Alternative: București.