

Adina BAYA | Jurnalismul românesc  
(Universitatea de Vest în era crizelor multiple  
din Timișoara)

**Abstract: (Romanian Journalism in the Era of Multiple Crises)** The multiple types of crisis affecting Romanian journalism reflect the profound transformations it has undergone in the post-communist period, as well as the international developments in the media market in the digital age. Loss of credibility, chronic economic problems, political interference in newsrooms, corruption, and fierce competition from social media platforms are just a few of the major challenges questioning the very essence of the journalistic profession today. This paper aims to review the evolution of the Romanian media landscape through three distinct stages: the 1990s, characterized by emerging pluralism and acute political interference; the 2000s, marked by the rise of media trusts and ownership concentration; and the post-2010 period, defined by digitalization, economic precariousness, and deprofessionalization. The use of the concept of "permacrisis" highlights how the multiple types of crisis affecting this field are interlinked, impacting its role as a pillar of democratic society. Despite this challenging context, the study examines resilience and innovation strategies in journalism, exemplified by good practices in independent media outlets such as Recorder.ro, which redefines the importance of audience relationships in its business model, community building, editorial transparency, and adherence to solid ethical values.

**Keywords:** *Romanian journalism, media crisis, permacrisis, alternative journalism, independent journalism, resilient journalism.*

**Rezumat:** Crizele multiple ce afectează jurnalismul românesc actual reflectă transformările profunde prin care a trecut acesta în perioada postcomunistă, dar și evoluțiile internaționale ale pieței media în era digitală. Pierderea credibilității, problemele economice cronicizate, interferențele politice în redacție, corupția și competiția acerbă din partea platformelor social media reprezintă doar câteva dintre marile provocări ce pun sub semnul întrebării esența profesiei jurnalistice în acest moment. Lucrarea de față își propune o trecere în revistă a evoluției peisajului mediatic românesc prin trei etape distincte: anii '90, cu pluralismul în formare și interferențele politice acute; anii 2000, cu apariția trusturilor media și concentrarea proprietății; și perioada post-2010, caracterizată prin digitalizare, precaritate economică și deprofesionalizare. Folosirea conceptului de „permacriză” subliniază cum multiplele crize care afectează acest domeniu se interconectează, afectându-i rolul de pilon al unei societăți democratice. În ciuda acestui context dificil, lucrarea examinează și strategii de reziliență și inovare în jurnalism, exemplificate prin exemplele de bune practici oferite de canale media independente precum Recorder.ro, care redefineste importanța relației cu publicul în modelul de afaceri abordat, a construirii unei comunități de susținători, precum și a transparenței editoriale și a adeziunii la valori deontologice solide.

**Cuvinte-cheie:** *jurnalism românesc, criza mass-media, permacriză, jurnalism alternativ, jurnalism independent, reziliență în jurnalism.*

## Introducere

În ultimele trei decenii, jurnalismul românesc a traversat o serie de transformări profunde, de la perioada de tranziție de la controlul autoritar al pieței media din timpul comunismului la evoluția tehnologică accelerată a începutului de secol actual și impactul ei fără precedent asupra conținutului editorial și asupra normelor ce definesc profesia jurnalistică. Caracterizat de o scădere drastică a credibilității, de dificultăți economice cronicizate, de interferențe politice și cazuri de corupție, dar și de o deprofesionalizare ce s-a acutizat în contextul asaltului venit din partea *social media*, jurnalismul românesc de astăzi reflectă adesea dificultăți de consolidare a unui discurs editorial cu adevărat independent și care ține cont de valori deontologice esențiale. În ciuda unui aparent pluralism și a unei varietăți în ceea ce privește oferta de canale mediatice și conținut editorial, în ultimii ani organizații de monitorizare a peisajului media, precum *Reporters sans frontières* sau *Centrul pentru jurnalism independent* semnalează o scădere drastică a libertății presei. Pe fondul ingerințelor politice în redacții, al unei legislații insuficient aplicate și al campaniilor de dezinformare frecvente și agresive, practicarea acestei profesii ridică o listă tot mai lungă de provocări.

În acest context marcat de suprapunerea și intensificarea unor crize multiple, conceptul de „permacriză” oferă o descriere adecvată a jurnalismului românesc actual, reflectând precaritatea structurală și vulnerabilitățile profesiei. Lucrarea de față își propune o cartografiere a trecutului recent al pieței media românești, cu accent pe caracteristicile fiecărei decade de la liberalizarea acesteia până în prezent. Scopul acestui demers este oferirea unei viziuni de ansamblu asupra evoluției fenomenului media și, implicit, a profesiei jurnalistice în România, precum și creionarea etapelor ce au dus la multiplele crize actuale din acest domeniu. Pomind de la ideea că situațiile de criză funcționează adesea ca un catalizator pentru inovație și dezvoltare, partea a doua a lucrării își propune explorarea unor posibile soluții sau strategii de reziliență pe care unele canale media le-au găsit pentru a răspunde acestei „permacrize”, precum și discutarea viabilității lor pe termen lung.

## Peste trei decenii de mass-media românească postcomunistă

În cei peste treizeci de ani scurși din momentul în care mass-media românească a trecut de la un sistem controlat total de stat, marcat de cenzură și proliferarea propagandei comuniste, la liberalizarea pieței și dezvoltarea pluralismului mediativ, s-au înregistrat o serie de transformări profunde. De la eliberarea de sub controlul autoritar și până la actuala situație fragilă, marcată de o „permacriză” ce amenință exercitarea funcției fundamentale a presei într-o societate democratică, peisajul mediativ a trecut prin mai multe etape ce vor fi rezumate în cele ce urmează. Cele trei perioade distincte analizate prin prisma dinamicilor și provocărilor lor specifice sunt (i) anii '90 și tranziția la diversitate publicistică, pluralism de opinie și la noi modele economice, (ii) anii 2000 și apariția „mogulilor” de presă, și (iii) perioada de după

2010, marcată de digitalizare, precaritate economică, deprofesionalizare și criză de credibilitate.

### **Anii '90: De la presa controlată de stat la pluralism mediatic**

După Revoluția din 1989, mass-media românească a intrat într-un proces complex de tranziție, eliberându-se oficial de cenzura exercitată de statul comunist, care dominase întregul sistem media până atunci prin controlul strict al conținutului jurnalistic și reducerea lui la propagandă. Totuși, această libertate câștigată nu a fost completă sau stabilă de la bun început, tendințele de interferență politică în departamentele editoriale ale publicațiilor rămânând puternice în primii ani post-revoluționari, când noile regimuri aflate la putere au încercat să controleze presa incomodă și critică la adresa lor. Așadar, mass-media din anii '90 a fost marcată de două tendințe principale: pe de o parte o deschidere spre pluralism și diversificare a conținutului jurnalistic, iar pe de altă parte o persistență a intervențiilor politice explicite sau subtile (Gross 1996).

În această perioadă, piața media a cunoscut o creștere accelerată și spectaculoasă, manifestată prin apariția unui număr impresionant de publicații, cu tiraje uriașe. În vreme ce în anul 1989 existau oficial 495 de publicații periodice, până la finalul lui 1990 acest număr a explodat la 1444, ajungând la 1932 până în anul 2000 (Gross 1996; Baya 2009). Această expansiune fără precedent indică o efervescență a pieței media odată cu punerea bazelor democrației, în care apariția și diversificarea numeroaselor proiecte jurnalistic semnala o nevoie socială puternică de informare liberă după decenii de cenzură comunistă. Ideea aceasta e susținută și de tirajele presei scrise la începutul anilor '90: ziare precum *România liberă* și *Adevărul* vindeau cantități enorme de exemplare zilnic, cel dintâi atingând în jur de 1,2 milioane și cel de-al doilea, două milioane, în 1990. După această evoluție accelerată în primul deceniu post-revoluționar, piața presei scrise s-a stabilizat la tiraje mai modeste, cotidianul *Libertatea* fiind cel mai bine vândut în 2000, cu aproximativ 250.000 exemplare (Gross 1996; Baya 2009).

În ciuda acestei efervescențe aparente și a apetitului evident al publicului pentru presă necenzurată, mass-media românească s-a confruntat cu probleme structurale majore care i-au limitat calitatea și independența în anii '90. Privatizarea instituțiilor media a fost incompletă și adesea întârziată, publicații precum *Scânteia* menținându-și o parte din vechea structură de personal, iar subvențiile de stat au continuat să fie o componentă importantă a finanțării, ceea ce crea dependențe și vulnerabilități economice. Cadrul legislativ pentru mass-media era încă incert și ambiguu, lipsind norme clare pentru funcționarea unei piețe media libere și competitive, ceea ce conducea la un model de afaceri deficitar și neadaptat la cerințele libertății de expresie și pluralismului editorial (Gross 1996; Petcu 2000).

O problemă aparte în acest context era monopolul Televiziunii Române asupra pieței audiovizuale la începutul anilor '90, instituția fiind supusă unor presiuni politice considerabile și reflectând adesea interesele celor aflați la putere, ceea ce limita

pluralismul și accesul publicului la o varietate reală de perspective. Televiziunea publică devenise, astfel, un canal al relațiilor influențate politic, reflectând cel mai clar legătura dintre puterea politică și mass-media în primii ani postcomuniști (Gross 1996). Această situație a creat un paradox: pe de o parte se manifesta o efervescență a pieței media, prin apariția unor publicații și canale noi, diverse, iar pe de altă parte exista o continuitate a influenței și controlului politic asupra conținutului și direcției editoriale. Acest paradox a definit începutul anilor '90 ca o fază de tranziție în care mass-media s-a reinventat după zeci de ani de cenzură, dar nu a reușit să se emancipeze pe deplin ca o forță independentă și critică față de noua putere politică, fenomen explicat parțial și de mecanismele economice și politice încă nedezvoltate complet în România acelei epoci.

Lansarea *ProTV* în 1995 a reprezentat un moment semnificativ în acest context, fiind primul canal de televiziune privat care a rupt monopolul televiziunii publice și a introdus un nou model de jurnalism, axat mai puternic pe divertisment, dar și pe pluralitatea opiniilor politice. *ProTV* și-a câștigat rapid popularitatea prin inovații editoriale și o grilă diversificată de programe, creând o nouă generație de consumatori media, cu așteptări și pretenții diferite de cea anterioară, influențând decisiv dezvoltarea ulterioară a mass-mediei românești (Marincea 2021).

### **Anii 2000: Consolidarea trusturilor media și a „mogulilor”**

Perioada anilor 2000 a fost a marcat o trecere accelerată de la modelul tradițional de presă postcomunistă către o industrie dominată de logica comercială, precum și de tehnologiile digitale aflate în stadiu emergent. Această evoluție rapidă a impus schimbări fundamentale, atât la nivelul structurii proprietății, cât și al modului de funcționare a canalelor media. Creșterea pieței de publicitate a devenit principalul motor financiar al mediului jurnalistic românesc, pe model occidental: dacă în 2004 aceasta era estimată la circa 225 de milioane de euro, în 2007 ea a urcat la 320 de milioane de euro, ajungând la 701 milioane în 2023 (Baya 2009; Initiative Romania 2024). Această dependență de publicitate a schimbat prioritățile editoriale, punând în prim plan conținutul atractiv pentru sponsori și diminuând autonomia editorială, fapt ce a facilitat alunecarea către tabloidizare și comercializare excesivă a știrilor, dar și vulnerabilizarea editorială sub presiunea intereselor economice.

O altă trăsătură esențială a acestei decade este apariția și consolidarea unor „moguli media”, proprietari influenți care au preluat controlul asupra pieței și redacțiilor prin concentrarea capitalului mediatic. Printre cei mai notabili se disting Adrian Sârbu (trustul *MediaPro*), Dan Voiculescu (trustul *Intact*), Sorin Ovidiu Vântu (trustul *Realitatea Media*), Dinu Patriciu (trustul *Satiricon / Adevărul*) și Michael Ringier (trustul *Ringier*). Apariția acestor „moguli media” a marcat o reconfigurare profundă a peisajului mediatic, marcată de trecerea de la o pluralitate numerică a canalelor mediatice la o concentrare a puterii informaționale într-un număr restrâns de entități private, deseori cu interese politice sau economice controversate, după cum semnalează literatura academică și investigațiile jurnalistice (Baya 2009).

Privatizarea pieței media, deși necesară pentru desprinderea definitivă de sistemul centralizat anterior, a avut efecte ambivalente: pe de o parte a profesionalizat unele segmente ale presei, aducând investiții și standarde profesionale occidentale, dar pe de altă parte a dus la apariția dependenței de capital și influență politică, cu riscul de a reduce diversitatea editorială și de a transforma presa în instrument pentru interesele unor grupuri restrânse. Această concentrare a proprietății, pe fundalul unei piețe de publicitate crescânde, a generat o polarizare între trusturi dominante și presă independentă sau locală, deseori marginalizată și fragilă din punct de vedere economic (Baya 2009).

În plus, apariția noilor tehnologii digitale a contribuit la diversificarea mijloacelor de informare, la o globalizare rapidă a mediilor de informare și la intensificarea concurenței pentru atenția publicului. Platformele online au stimulat distribuția rapidă a informației, dar au amplificat fenomenul de fragmentare a audienței și dependența conținutului jurnalistic de algoritmi informatici.

Un punct critic al acestei decade a fost anul 2008, când criza financiară globală a avut un impact puternic asupra pieței media românești, accelerând declinul presei tradiționale prin reducerea semnificativă a bugetelor de publicitate și închiderea unor publicații importante. Scăderea tirajelor și a veniturilor din publicitate au forțat numeroase redacții să recurgă la restructurări și concedieri masive sau chiar să își înceteze activitatea, în special în domeniul presei tipărite. În plus, în această perioadă, presa românească a început să resimtă o tabloidizare accentuată și o scădere a calității jurnalismului, accentuată de presiuni economice, interferențe politice și creșterea dependenței față de surse alternative de finanțare (CJI 2009).

### **După 2010: Digitalizare, precaritate economică, deprofesionalizare, criză de credibilitate**

Anii 2010 au adus o acutizare a tendințelor manifestate anterior: deși aparent peisajul mediatic românesc părea variat și marcat de pluralism în ceea ce privește varietatea canalelor și a conținutului jurnalistic, realitatea era că o serie de canale media-cheie se aflau sub controlul direct sau indirect al unor oameni de afaceri cu interese politice puternice, fapt confirmat de rapoarte internaționale precum cel realizat de *Freedom House* (2019). Această concentrare a proprietății mediatice a facilitat utilizarea canalelor media ca instrumente de influență politică, adesea prin mecanisme netransparente sau finanțări corupte, consolidând din ce în ce mai mult o atmosferă de neîncredere publică față de presă. De asemenea, partidele sau liderii politici aflați la guvernare au investit masiv în promovarea imaginii lor prin canale mediatice ce le ofereau relatări favorabile, acuzând concomitent mass-media independentă sau de opoziție de practici propagandistice, lucru ce a accentuat polarizarea pieței și a publicului, creând adesea un climat conflictual în spațiul comunicării publice (ActiveWatch 2019).

Un efect major al acestei situații a fost erodarea credibilității presei, vizibilă atât prin scăderea audiențelor, cât și a încrederii generale în jurnalism. Fenomenul a fost

agrat de dinamica pieței: din rațiuni economice, mari canale media precum *ProTV* și *Digi* și-au închis studiourile locale, reducând semnificativ prezența jurnalismului de proximitate (ActiveWatch 2019). În plus, expansiunea rapidă a presei online, cel mai adesea gratuită și dependentă de venituri publicitare provenite de pe platforme digitale, a contribuit la micșorarea și restructurarea afacerilor media tradiționale, generând un peisaj cu tot mai puține redacții mari și tot mai puțini jurnaliști angajați cu contracte de muncă sau normă întreagă (Lugmayr & Dal Zotto 2016). În locul lor a apărut practica angajărilor temporare și cu contracte pe cantitatea de conținut mediatic livrat, limitând astfel responsabilitatea atât pentru angajatorii din domeniul media, cât și pentru jurnaliști, și cultivând instabilitatea. Situația a dus rapid la o deprofesionalizare accentuată: salariile jurnaliștilor au scăzut, siguranța locului de muncă s-a diminuat dramatic, iar presiunea de adaptare la noi platforme, formate și cerințe digitale determinate de avansul tehnologic accelerat a devenit constantă (Lugmayr & Dal Zotto 2016). Rezultatul, resimțit și azi, este o presă fragilă structural, economic și profesional, expusă la riscuri de influență, manipulare sau chiar dispariție. La finalul celor peste trei decenii de la liberalizarea presei, așadar, spațiul mediatic actual din România se definește printr-un pluralism aparent, dar și printr-o profundă criză de credibilitate, independență și profesionalizare, implicațiile fiind resimțite pe termen lung în funcționarea democratică a societății.

### **De la criză la „permacriză” în mass-media actuală**

Normalizarea unei stări de criză, vizibilă pe multiple paliere ce afectează profesia jurnalistică, poate fi analizată prin prisma conceptului de „permacriză” folosit de Alina Pop și Filip Alexandrescu (2023) pentru a studia multiplele crize mediatizate ale anilor 2020. „Permacriză” redefinesc practicile și climatul comunicării mediatice din România, transformând criza într-o constantă a discursului public, spun autorii. În această paradigmă, crizele economice, pandemia, instabilitatea politică și războiul din Ucraina nu reprezintă doar episoade temporare, ci factori structurali permanentizați care modelează atât percepțiile colective, cât și funcționarea cotidiană a mass-media (Pop & Alexandrescu 2023).

Criza permanentizată amplifică și vulnerabilitățile structurale ale profesiei jurnalistice, dezvoltate în cele trei decenii anterioare și explicate în secțiunea precedentă a acestei lucrări. Precaritatea financiară, subfinanțarea cronică și dificultatea găsirii unor modele de afaceri care să asigure deopotrivă sustenabilitate și independență editorială forțează redacțiile să adopte soluții de compromis, ceea ce limitează autonomia jurnaliștilor și favorizează conținutul superficial sau dependența de surse oficiale și de *social media*. În plus, deprofesionalizarea mediului jurnalistic conduce la migrarea specialiștilor spre alte profesii și la erodarea capacității critice a presei, făcând spațiul mediatic mai vulnerabil la dezinformare, manipulare și polarizare. Toate aceste provocări sunt strâns legate și de starea libertății presei. Rapoarte recente ale unor organizații ce se ocupă cu monitorizarea acesteia atrag atenția asupra faptului că libertatea de exprimare și independența jurnaliștilor din România au

fost serios afectate de presiuni politice, economice și instituționale (Reporters sans frontières 2024). Obstacole precum refuzul sistematic al autorităților de a furniza informații publice, cenzura directă sau indirectă, dar și practica autocenzurii, afectează profund funcționarea mass-mediei, iar scăderea indicilor ce descriu libertatea presei în ultimii ani reprezintă un indicator al încetinirii procesului de consolidare a democrației, arată un studiu pe această temă semnat de Silviu-Petru Grecu și Horia-Costin Chiriac (2024). Presiunile economice se manifestă printr-un control indirect asupra conținutului editorial (contracte de publicitate acordate preferențial și retragerile unor sponsori în caz de relatări nefavorabile), iar cele politice implică limitarea accesului la informație, în ciuda unei legislații care permite acest lucru, sau intimidarea jurnaliștilor prin metode directe și indirecte, cum ar fi intentarea de procese în justiție. De asemenea, competiția cu *social media* și criza de credibilitate contribuie la proliferarea dezinformării și la scăderea încrederii publicului în capacitatea presei de a reflecta într-un mod obiectiv și relevant realitatea (Grecu & Chiriac 2024).

Declinul libertății presei românești în ultimii ani nu este o tendință izolată, el reflectând o situație internațională tot mai îngrijorătoare, conform organizației *Reporters sans frontières*. Rapoartele anuale emise de aceasta indică o deteriorare constantă în ultimele două decenii. În 2025, pentru prima dată în istoria Indexului mondial al libertății presei, condițiile pentru practicarea jurnalismului sunt considerate „dificile” în peste jumătate din țările evaluate, iar mai puțin de un sfert dintre state oferă un climat satisfăcător pentru o presă liberă. Această regresie este determinată în mare măsură de presiunea economică, care a atins un nivel critic în multe țări, forțând o serie de redacții, mai ales independente, să se închidă. În plus, interferențele politice și deteriorarea cadrului legislativ subminează la rândul lor autonomia editorială, iar creșterea concentrației proprietății media și influențele din partea patronatelor restrâng pluralismul și diversitatea opiniilor. Nu în ultimul rând, amenințările și violențele împotriva jurnaliștilor au crescut, determinând un climat de nesiguranță profesională sporită (Reporters sans frontières, 2025). În cazul concret al României, raportul arată o plasarea pe locul 55 în clasamentul mondial, ce descrie un peisaj media aflat între „difícil” și „problematic”. Luând în considerare o sumă de factori ce afectează funcționarea sistemului mass-media și a profesiei jurnalistice – contextul politic, cadrul legislativ, contextul economic, cel sociocultural și siguranța jurnaliștilor –, raportul concluzionează că, deși peisajul mediatic pare divers și pluralist, el este marcat de lipsa transparenței finanțării, mai ales din fonduri publice, precum și de dificultăți economice și de scăderea credibilității. Principalele probleme concrete identificate de raport se rezumă la (i) ingerințele puterii politice în presă, adesea camuflate de lipsa de transparență a finanțării instituțiilor media, (ii) politizarea Consiliului Național al Audiovizualului, (iii) discursul agresiv al unor politicieni populiști contra jurnaliștilor, (iv) o legislație insuficient aplicată și o creștere a numărului de procese abuzive intentate jurnaliștilor, (v) campanii de dezinformare, în special în contextul actual al războiului din Ucraina, și (vi) situații de hărțuire a jurnaliștilor (Reporters sans frontières 2024).

Concluziile raportului se află în concordanță cu cele ale unor organizații naționale ce monitorizează domeniul media, cum ar fi *Centrul pentru Jurnalism Independent*, care semnală faptul că, în 2020, „principala problemă cu care presa din România a trebuit să se confrunte a fost lipsa transparenței guvernamentale transformată în politică de stat” și că pandemia a provocat un proces accelerat de vulnerabilizare a instituțiilor media, crescând instabilitatea lor financiară și dependența de surse de venit controversate (CJI 2021). De asemenea, această organizație mai semnalează o schimbare de atitudine a politicienilor față de presă în ultimii ani, într-o notă nefavorabilă democrației: „politicienii par să fi uitat că presa este reprezentantul interesului public, că jurnaliștii pun întrebări în numele cetățenilor” și „...există o dispoziție tot mai redusă a mediului politic de a răspunde la întrebările jurnaliștilor”, pentru că „politicienii au învățat că pot comunica pe conturile de Facebook sau se pot duce în niște emisiuni la televizor unde spun ce vor, cu niște moderatori care nu sunt jurnaliști și nu fac o muncă jurnalistică” (CJI 2021). Tendința mutării discursului politic în *social media*, unde nu există întrebări incomode din partea jurnaliștilor și consolidarea unei imagini pozitive a politicienilor e mai ușor de făcut decât în mass-media „clasică”, s-a acutizat în special timpul campaniei electorale din 2024, când un candidat complet absent de la principalele dezbateri electorale televizate, dar cu o prezență atent orchestrată pe TikTok, a obținut cele mai multe voturi. Conform unei anchete a Serviciului Român de Informații, campania a exploatat algoritmiile platformelor de social media pentru creșterea rapidă a popularității, fiind asociată cu interferența unui alt actor statal în alegerile din România (Digi24 2024).

### Posibile strategii de reziliență a jurnalismului

În ciuda unei „permacriză” aflate într-un proces constant de acutizare în ultimii ani, există exemple pozitive de reziliență pe piața media, prin inovarea modelelor economice ce susțin redacțiile, a formatelor editoriale și a interacțiunii cu publicul țintă. Exemplul de bune practici ale publicației de jurnalism video de investigație *Recorder.ro* demonstrează că inovația instituțională, bazată pe obținerea de finanțări din partea cititorilor (*crowdfunding*), absența cenzurii editoriale impuse de finanțatori privați sau politici, dar și dialogul transparent cu publicul, poate duce la o revitalizare a funcției de catalizator social a presei.

Încadrat în sfera jurnalismului „alternativ” sau „independent”, *Recorder.ro* este un studiu de caz privind decuplarea de la mecanismele economice centralizate și politizate, bazate pe venituri din publicitate, ale mass-media de mare tiraj (*mainstream*), bazându-se o varietate de donatori și oferind în schimb materiale relevante pentru interesul public. La o primă vedere, accesul la finanțare directă din partea comunității conferă proiectului *Recorder.ro* autonomie reală, favorizează diversificarea temelor abordate, umplând golurile lăsate în urmă de mass-media *mainstream*, și susține integritatea editorială, diminuând riscul autocenzurii sau al presiunilor comerciale. De asemenea, menținerea unei relații strânse cu publicul, transparentizarea deciziilor editoriale și explicarea motivațiilor din „culisele” redacției

sporesc încrederea și contribuie la consolidarea unui spațiu de tip civic, în care publicul e invitat să participe activ. Într-un context de „permacriză”, unde presa convențională pare incapabilă să răspundă prompt din cauza dependenței de contracte publicitare și de influențe instituționale, și beneficiază de încrederea a doar 27% din populație (TVRInfo 2024), un astfel de model pare viabil. Evoluția pozitivă a publicației *Recorder.ro* de la înființarea în 2017 – prin creșterea redacției și diversificarea conținutului editorial – pare să susțină ideea jurnalismului de acest gen ca o posibilă strategie de reziliență. Dar este acest tip de jurnalism cu adevărat sustenabil și poate fi reprodus pe o scară mai largă? Eșecul financiar al unor publicații cu obiective similare, cum a fost *Decât o revistă*, arată că jurnalismul independent poate stimula inovația și reformarea practicilor profesionale, dar are nevoie de susținere structurală din partea societății pentru a evita repetarea eșecurilor din sistemul media *mainstream*. Principalele limite ale jurnalismului independent în contextul „permacrizei” includ fragilitatea sustenabilității financiare, dificultatea atragerii de resurse constante în condițiile unei inevitabile „oboseli” a donatorilor sau a fluctuațiilor economice. Nu în ultimul rând, sub umbrela termenului de „alternativ” sau „independent” se refugiază și proiecte editoriale care nu au legătură cu jurnalismul de bună calitate, promovând interesele politice și economice ale unor grupuri restrânse sau acționând ca diseminatoare de știri false (Baya 2023). Așadar, succesul unor canale precum *Recorder.ro* poate fi privit cu un optimism moderat, ca o posibilă strategie de supraviețuire pentru canalele media în contextul „permacrizei”, dar care are nevoie de susținere structurală pentru a putea fi extins.

## Concluzii

Schimbările profunde prin care a trecut mass-media după 1989 relevă evoluția de la un sistem aflat complet sub controlul statului la o piață liberalizată, urmată de o creștere accelerată a tirajelor și a numărului de canale mediatice, iar ulterior de efectele corozive ale apariției noilor tehnologii și trecerii de la presa tipărită la cea online, și apoi de impactul major al competiției venite din partea *social media*. Recenta perioadă de „permacriză”, caracterizată de o suprapunere a unor situații multiple de criză – economică, de credibilitate, a valorilor profesionale și etice – a dus la o acutizare a tendințelor dezvoltate în deceniile anterioare și la o degradare constantă a libertății presei și a independenței editoriale. Precaritatea financiară, ingerințele politice și digitalizarea pun sub semnul întrebării însăși esența profesiei jurnalistice și a conexiunii ei cu funcționarea unei societăți democratice, oglindind tendințe globale alarmante, după cum semnalează diverse organizații internaționale. Dar dincolo de toate aceste aspecte, actuala criză s-a dovedit a fi și un teritoriu fertil pentru dezvoltarea unor strategii de reziliență prin reinventarea modelelor economice și a formatelor editoriale de către canale media independente. Exemplele de bune practici oferite de publicații precum *Recorder.ro*, bazate pe finanțare din partea cititorilor, pe dialog permanent cu publicul, pe transparență și pe fidelizare, oferă repere optimiste pentru regândirea rolului social al presei. Rămâne, însă, esențială susținerea structurală a

domeniului jurnalistic, prin cadrul legislativ și implementarea lui eficientă, pentru ca acesta să redevină un pilon autentic al democrației.

## Referințe bibliografice

- ActiveWatch. 2009. *Libertatea presei în România: 2008*, disponibil online: <https://media.hotnews.ro/assets/document/2010/05/3/7193917-0.pdf>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- ActiveWatch. 2019. *Libertatea presei în România: 2018-2019*, disponibil online: [https://activewatch.ro/documents/212/Raport\\_FreeEx\\_2018-2019\\_yhjbem7.pdf](https://activewatch.ro/documents/212/Raport_FreeEx_2018-2019_yhjbem7.pdf), ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Baya, Adina. 2009. *The Concentration of Media Ownership in Romania: Supporting or Challenging Pluralism and Media Freedom?* București: Institutul European.
- Baya, Adina. 2023. *Alternative Journalism in Romania: Crossing Professional Boundaries and Rethinking Newsroom Culture*, în "Crossing Borders in Digital Media Communication: Romanian Trends and Practices", coord. Adina Baya și Ileana Rotaru. București: Ed. Tritonic.
- Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI). 2021. *Jurnalismul în 2021: o cursă cu obstacole și cu tot mai puțini câștigători (raport)*, disponibil la: <https://cji.ro/jurnalismul-in-2021-raport/>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Digi24. 2024. *SRI: Activitatea conturilor de TikTok în campania lui Călin Georgescu, coordonată de un actor statal. Ce bani a cheltuit*, în „Digi24”, disponibil la: <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/politica/sri-activitatea-conturilor-de-tiktok-in-campania-lui-calin-georgescu-coordonata-de-un-actor-statal-ce-bani-a-cheltuit-3033359>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Freedom House. 2019. *Romania: Freedom in the World 2019*, disponibil online: <https://freedomhouse.org/country/romania/freedom-world/2019>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Grecu, S.-P. & Chiriac, H.-C. 2024. *Libertatea presei în România: o analiză critică a ultimului deceniu*, în „Technium Social Sciences Journal”, Vol. 66, p. 181-191, disponibil online: <https://www.techniumscience.com.techniumscience.pluscommunication.eu/index.php/socialsciences/article/view/12171/4616>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Gross, Peter. 1996. *Mass Media in Revolution and National Development: The Romanian Laboratory*. Ames, Iowa: Iowa State University Press.
- Initiative România. 2024. *Media Fact Book 2024, Initiative: Piața locală de media va ajunge la valoarea record de 762 de milioane de euro până la finalul acestui an*, în „IQads”, 17 iunie, disponibil online: <https://www.iqads.ro/articol/68465/media-fact-book-2024-initiative-piata-locala-de-media-va-ajunge-la-valoarea>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Lugmayr, A., & Dal Zotto, C. 2016. *Media Convergence Handbook - Vol. 1. Journalism, Broadcasting and Social Media Aspects of Convergence*. Springer Verlag.
- Marincea, Adina. 2021. *A Century of Struggles for a 'Free Press': Media Capture in Romania from National Communism to Capitalism. Any Way Out?*. în "Three Decades Later – The Media in South East Europe after 1989", coord. Nikoleta Daskalova și Hendrik Sittig. Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Petcu, Marian. 2000. *Tipologia presei românești*. Iași: Institutul European.
- Pop, A. & Alexandrescu, F. 2023. *De la criză la „permacriză” în comunicarea mediatică din România*, în „Sociologie Românească”, Vol. 22, Nr. 1, p. 99-115.
- Reporters sans frontières. 2024. *Romania*, disponibil online: <https://rsf.org/en/country/romania>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- Reporters sans frontières. 2025. *RSF World Press Freedom Index 2025: economic fragility a leading threat to press freedom*, disponibil online: <https://rsf.org/en/rsf-world-press-freedom-index-2025-economic-fragility-leading-threat-press-freedom>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.
- TVRInfo. 2024. *Reuters Institute Digital News Report: România – 27% încredere în presă – cel mai scăzut nivel*, în „TVRInfo”, disponibil la: <https://tvrinfo.ro/reuters-institute-digital-news-report-romania-27-incredere-in-presa-cel-mai-scazut-nivel-tvr-in-topul-increderii/>, ultima accesare: 14 noiembrie 2025.