

Ioana VID  
(Universitatea de Vest din  
Timișoara)

**Imaginea „Roșia Montana”  
în presa românească**

**Abstract: (The “Roșia Montana” Image in the Romanian Media)** The newspaper, television and radio are traditional media institutions associated with the mass-media through which the media communication is realized. The messages sent by the mass-media are public, which means that they are perceived by all the population and the topics are of general interest, issues with deep impact on the public. Mass-media has a major influence on the public, thus creating a persuasion of it through the desire to consume what it receives unconsciously.

The media shapes public opinion about key issues facing the society, but also the problems highlighted in the media might not be the most important in reality. Currently, research on the effect of the agenda suggests that it acts not only in the issues, but also in the characteristics of these issues. Depending on the interests that go beyond information, media may talk about events such as riots without saying anything about their substance or the interests and arguments of those who are the initiators of actions. In other words, the media may alleviate or amplify an event. For the image analysis of the “Rosia Montana” we will choose as the main theme the protests organized against mining at Rosia Montana village in the Apuseni Mountains. Riots were held at the same time in several cities in Romania, but the objective of this analysis is to observe how the local press reported the activities organized in Timisoara.

**Keywords:** mass-media, public, riot, media communication, event

**Rezumat:** Presa scrisă, televiziunea, radioul sunt instituții tradiționale, asociate mass-mediei, prin care se realizează comunicarea mediatică. Mesajele transmise prin mass-media sunt publice, adică receptate de întreaga populație, iar subiectele pe care le conține sunt de interes general, probleme cu impact asupra publicului. Mijloacele de comunicare în masă au o influență asupra publicului, de aceea se creează o persuadare a acestuia din dorința proprie de a consuma ceea ce primește în mod inconștient. Mass-media modelează opiniile publicului în legătură cu problemele principale cu care se confruntă societatea, dar totodată, problemele evidențiate în mass-media s-ar putea să nu fie cele mai importante în realitate. În prezent, cercetările asupra efectului de agendă sugerează că acesta acționează nu numai la nivelul problemelor, ci și la nivelul însușirilor acestor probleme. În funcție de interesele ce depășesc limitele informației de presă, media pot prezenta evenimente precum revoltele sau ieșirile în stradă fără a spune nimic despre substanța lor sau despre interesele și argumentele celor care sunt inițiatorii acțiunilor. Cu alte cuvinte, media pot aplatiza sau amplifica un eveniment. Pentru analiza imaginii „Roșia Montana” vom alege ca temă principală protestele organizate împotriva exploatării miniere de la Roșia Montană, localitate situată în munții Apuseni. Revoltele și ieșirile în stradă s-au desfășurat în mai multe orașe din România, simultan, însă obiectivul analizei de față este modul în care presa locală timișoreană s-a raportat la acțiunile organizate în Timișoara.

**Cuvinte cheie:** mass-media, public, proteste, comunicare mediatică, eveniment.

Mass-media joacă un rol important în societatea modernă. Ca parte a ansamblului social, mass-media răspund anumitor necesități și îndeplinesc anumite funcții, depinzând de tipul de sistem politic și economic în care funcționează, nivelul de dezvoltare al societății și interesele anumitor persoane. Forțele politice, sociale și economice afectează direct conținutul media. La rândul lui, acesta determină efectele sistemului mass-media (Severin 2004, 321).

Internetul oferă cititorilor o nouă perspectivă de parcurgere a informației scrise, fie prin utilizarea referințelor încrucișate, generate de hiperlinkuri, fie prin prezentări multimedia ce includ text, imagini, animații și sunete în același pachet. De altfel, presa online nu se mai confruntă, ca și celelalte tipuri de media (presa scrisă, radio, televiziune),

cu limitări în ceea ce privește spațiul sau timpul de emisie. Internetul oferă presei online posibilitatea de a personaliza informația în funcție de profilul și preferințele utilizatorilor.

Opinia publică nu reacționează atât la eveniment, cât la reacția față de evenimentul respectiv. Însă, atunci când în joc este interesul, opinia publică reacționează mai repede. Nu este vorba de a ține cont de opinia publică, ci de a „te ascunde” după opinia publică sau de a invoca opinia publică. Paul Dobrescu și Alina Bârgăoanu consideră că:

„de cele mai multe ori presiunea opiniei publice este invocată pentru a disimula lipsa de pregătire a deciziei, absența abordării strategice și o indisponibilitate de a asuma deciziile pe care le solicită la un moment dat.” (Dobrescu, Bârgăoanu 2013, 23).

Am selectat pentru analiză articolele despre protestele organizate împotriva exploatarei miniere de la Roșia Montană, din luna septembrie 2013, când protestele se aflau în plină desfășurare, dar și acțiuni de protest organizate de-a lungul lunilor octombrie și noiembrie 2013, intens mediatizate de presa online, din [www.opiniatimisoarei.ro](http://www.opiniatimisoarei.ro), [www.pressalert.ro](http://www.pressalert.ro). Criteriile de analiză a articolelor de presă sunt structurate în două categorii: conținutul discursului jurnalistic și modul de așezare în pagină și tehnoredactare.

Analiza discursului jurnalistic va face referire la următorii itemi: Identificarea subiecților discursului și analiza modului în care persoanele sunt descrise în texte; Identificarea mesajului la care se face referire; Contextualizarea mesajului și identificarea momentului și locului desfășurării subiectului; Nuanțele mesajului: mesajul ca metainformație (scop informativ sau propagandistic); Frecvența conceptelor utilizate în texte; Identificarea altor discursuri la care se referă textul: prelegeri, declarații, apariții publice; Identificarea instituțiilor la care se referă discursul; Identificarea relațiilor de putere din cadrul discursului: categoriile de persoane care au de câștigat sau de pierdut din folosirea discursului.

În ceea ce privește integrarea textului de presă în cadrul fiecărei publicații online, vom analiza următoarele aspecte: Tehnoredactarea; Tipologia titlurilor; Tipurile de lead; Lungimea textului; Genul jurnalistic.

Revolte și ieșirile în stradă s-au desfășurat în mai multe orașe din România, simultan, însă obiectivul lucrării de față este modul în care presa locală timișoreană s-a raportat la acțiunile organizate pe acest subiect.

[www.pressalert.ro](http://www.pressalert.ro) este un portal de știri online din Timișoara. Acesta se autointitulează „singurul site de investigații din Vestul României.” În cuprinsul site-ului se regăsesc cele mai importante știri, analize, reportaje și comentarii despre evenimentele de actualitate din toate domeniile, „într-o abordare dinamică” din Timiș, Caraș Severin, Arad și Hunedoara. Nu lipsesc știrile naționale și internaționale: „Informațiile în exclusivitate prezentate au făcut ca să fie unul dintre cele mai citate site-uri de către media națională. În plus - o echipă de jurnaliști care nu a cedat tentației tabloide, preferând trendul quality.”, menționează conducerea redacției în prezentarea ziarului<sup>1</sup>.

[www.opiniatimisoarei.ro](http://www.opiniatimisoarei.ro) este unul dintre cele mai accesate site-uri de știri din regiunea de Vest a țării, cu caracter generalist, fiind format din 20 de rubrici, cele mai importante sunt: *Eveniment*, *Administrație*, *Social*, *Economic*, *Politic*, *Cultură*, *Național*. Sloganul acestui portal online este „Cel mai tare site de știri din Timișoara”.<sup>2</sup>

Pentru evidențierea abordărilor jurnalistice a protestelor „Roșia Montana” vom analiza trei articole din publicația [www.pressalert.ro](http://www.pressalert.ro).

<sup>1</sup> <http://www.pressalert.ro/>, accesat la data de 21.01.2015.

<sup>2</sup> <http://www.opiniatimisoarei.ro/>, accesat la data de 21.01.2015.

*Atmosfera protestului pentru Roșia Montană, salvată de muzicienii timișoreni*<sup>3</sup>, prin acest titlu jurnalistul atrage atenția opiniei publice asupra contextului în care s-a desfășurat protestul și, mai puțin, asupra acțiunii propriu-zise. Articolul este structurat pe două paragrafe. În primul paragraf este descris modul în care s-au desfășurat manifestanții, în mare parte consemnând mesajele scandate de protestatari:

„Fiecare a venit cu ideile și pancartele sale: *Roșia Montană în patrimoniul UNESCO; Roșia Montană nu e proprietate privată, nu e a statului, Roșia Montană e pământul de sub noi Nu ne îngropați de vii. Squat the world; Aurul românilor nu trebuie vândut pe mărgelele de sticlă ale străinilor; Valorile țării noastre ne aparțin; Fără cianură la noi în natură; Avize ilegale de la ministere penale; Dictatura capitalistă salvează România; Guvernul nu ne reprezintă*”.

De asemenea, în cuprinsul acestui text, observăm enumerarea mesajelor transmise de protestatari, fapt care poate fi considerat un exces de informare a publicului, transformându-se într-un mesaj propagandistic.

În cel de-al doilea paragraf regăsim informații despre „modul neașteptat și inedit” în care a continuat acțiunea de protest, adică, o parte din muzicienii timișoreni au manifestat pe ritmuri de jazz: „[...] au improvizat un jam sesion din care n-a lipsit buciulul, trombeta, flautul sau percuția la soneria de la bicicletă.”

Subiecții la care se face referire în text sunt protestatarii, dar și artiștii veniți să manifesteze pe acorduri muzicale. Aceștia din urmă fiind prezentați în articol ca punct de atracție al revoltei. Pe de altă parte, putem considera că jurnalistul distrage atenția de la subiectul principal, manifestarea publică împotriva exploatării miniere, prin înșiruirea numelor muzicienilor prezenți:

«Grupați în fața rectoratului Politehniciei, Petrică Ionuțescu de la Blazaj, Șași Vușcan, Zsolt Szabo și Levi Molnar de la Burning Table, Alin Stoianovici de la Nuevo Tango Quintet, Octavian Horvath de la Implant pentru refuz și Alexandrina [...] „Am venit să susținem salvarea Roșiei Montane pentru că ne dorim o țară curată”, a declarat Octavian Horvath.»

***Protestul împotriva proiectului de la Roșia Montană: ce slogane noi au adus manifestanții UPDATE 2 Traseul de marș***<sup>4</sup>, acest titlu accentuează modul de manifestare al protestatarilor din Timișoara, prin mesajele transmise de protestatari și tipul de organizare al acestora. Textul de față debutează cu o contextualizare a evenimentului, jurnalistul făcând referire la amploarea protestelor pe subiectul „Roșia Montană”.

Acest text are o structură narativă, informațiile fiind prezentate în ordinea cronologică a desfășurării acțiunii. Un element specific relatărilor jurnalistice în mediul online este posibilitatea de a actualiza articolul cu informații noi, pe măsura derulării evenimentelor. Și în acest articol regăsim trei „UPDATE-uri” la acțiunea de protest, fiind descris modul în care protestatarii au mărșăluit pe străzile orașului.

Mesajul acestui text este unul informativ, fiind descrise principalele momente ale protestului în desfășurare. Referitor la subiecții textului, în cadrul acestei relatări se precizează numărul de ordinul sutelor al protestatarilor, care creștea pe măsură ce se derula acțiunea.

«UPDATE Mișcarea a adunat aproximativ 500 de persoane la această oră, iar mulțimea de

<sup>3</sup> <http://www.pressalert.ro/2013/09/atmosfera-protestului-pentru-rosia-montana-salvata-de-muzicienii-timisoreni/> accesat la data de 29.01.2015.

<sup>4</sup> <http://www.pressalert.ro/2013/09/protestul-impotriva-proiectului-de-la-rosia-montana-ce-slogane-noi-au-adus-manifestantii/>, accesat la data de 29.01.2015.

protestatari s-a întins prin centru, într-un marș. UPDATE 1 Peste 600 de timișoreni mărșăluiesc în acest moment prin oraș, ajungând pe Calea Dorobanților și scandează „Nu stați în casă dacă vă pasă”».

***O nouă duminică a protestelor împotriva exploatării de la Roșia Montană. Cum îl „poartă” manifestanții pe Ponta UPDATE 3 Ce au cerut premierului***<sup>5</sup>, încă din titlu, jurnalistul scoate în evidență locul și momentul desfășurării acțiunii de protest, „duminica” fiind ziua identificată ca reper pentru manifestările împotriva exploatării de la Roșia Montană. De asemenea, titlul are la bază o construcție anecdotică, autorul textului mizând pe incitarea publicului cititor, punctând actorii principali ai acțiunii, reprezentanții Guvernului – Ponta – și manifestanții.

Lead-ul este unul rezumativ, prezentând principalele momente ale acțiunii de protest, acestea fiind reprezentate de o mărșăluire prin centrul orașului Timișoara, dar și de lecturarea unui document „în piață”. Referitor la analiza modului în care subiecții sunt descriși în text, se poate observa încă din șapou că „primul ministru se bucură de o atenție specială din partea protestatarilor”, fiind descrisă imaginea care apare pe tricoul unui protestatar, în care „Victor Ponta este reprezentat cu urechi de Mickey Mouse”. De altfel, pentru a oferi o importanță și mai mare acțiunilor de protest, în text se face referire și la categorii de persoane „fragile” din punct de vedere social, cum sunt „mame cu copii în brațe”, scopul precizării acestora fiind acela de a obține efectul dramatic, de sensibilizare a opiniei publice. Pe parcursul întregului text, regăsim elemente care fac referire la contextualizarea mesajului, fiind identificat momentul, locul și timpul desfășurării acțiunii: „Piața Operei din Timișoara”, „Traseul se va întinde de la Piața Operei, apoi pe strada Reșiței, Calea Șagului și retur”, „Piața Unirii” sau „trei ore de marș”.

Pentru a intensifica analiza asupra modului în care mass-media timișoreană s-a raportat la subiectul „Roșia Montană”, în continuare, vom analiza un alt site local de știri, [www.opiniatimisoarei.ro](http://www.opiniatimisoarei.ro).

***Protest la Timișoara față de exploatarea cu cianuri de la Roșia Montană***, reprezintă un titlu rezumativ al subiectului despre care se relatează, evenimentul petrecându-se chiar în debutul acțiunilor de protest.<sup>6</sup>

Lead-ul, la rândul său, este unul rezumativ, scurt și sintetizează esența manifestației: „Aproximativ 300 de tineri s-au adunat în Piața Victoriei din Timișoara pentru a protesta față de exploatarea cu cianuri la Roșia Montană. Ei au autorizație de la primărie să protesteze când doresc, până în ultima zi a anului”.

Mesajul articolului scoate în evidență lozincile transmise de protestatari, accentuându-se ideea că acțiunea despre care se relatează este una aprobată de autoritățile publice: Protestatarii poartă pancarte și steaguri cu mesaje precum: *Salvăm Roșia Montană; Nu cred minciunile voastre, opriți minieritul cu cianura acum sau Roșia – acum ori niciodată*. În timpul protestului tinerii au strigat și lozinci precum: *Azi în Timișoara, mâine în toată țara sau Presa română, plină de minciună [...]* Mitingul este unul autorizat de către Primăria Timișoara care a eliberat autorizație valabilă zilnic până în data de 31 decembrie.

Ca metainformație, mesajul informativ aduce la cunoștința publicului date despre o acțiune desfășurată în spațiul public. În ceea ce privește contextualizarea, textului îi lipsesc

<sup>5</sup> <http://www.pressalert.ro/2013/10/o-noua-duminica-protestelor-impotriva-exploatarii-de-la-roisia-montana-cum-il-poarta-manifestantii-pe-premierul-ponta/>, accesat la data de 30.01.2015.

<sup>6</sup> <http://www.opiniatimisoarei.ro/protest-la-timisoara-fata-de-exploatarea-cu-cianuri-de-la-roisia-montana/15/09/2013/>, accesat la data de 29.01.2015.

informațiile de background, care ar conduce la o mai bună înțelegere a mesajului. Nu regăsim aici răspunsul la întrebarea *de ce?* Subiecții la care se face referire sunt cei „300 de tineri” și „Primăria Timișoara”. Raportul dintre cele două categorii de actori sociali este echilibrat, deoarece în text se spune că cele două entități colaborează, mitingurile sunt aprobate pe o perioadă îndelungată.

***Un nou protest pentru Roșia Montană la Timișoara! Marș pe străzile orașului***<sup>7</sup>, conținutul acestui titlu evidențiază faptul că, avem de-a face cu evenimente petrecute în serie, protestele pe subiectul „Roșia Montană” încadrându-se în această categorie. Articolul debutează cu un lead narativ care descrie o parte a acțiunii despre care se relatează: „Sute de timișoreni care protestează împotriva exploatării miniere de la Roșia Montană s-au adunat, duminică după-amiaza, în Piața Victoriei din Timișoara. Contestatarii timișoreni ai proiectului și-au dat întâlnire pe rețelele de socializare în centrul orașului, pentru un nou protest. Conform organizatorilor sunt așteptate mii de persoane.

Și în acest text, esența mesajului se referă la conținutul lozincilor scandate de protestatari, fapt evidențiat chiar prin folosirea unui font diferit față de restul paragrafelor, iar în ultima parte a articolului sunt prezentate informații despre desfășurarea post-eveniment: Protestatarii au venit în centrul Timișoarei cu pancarte pe care au scris lozinci precum *Noi suntem produsul indiferenței voastre; Demnitate, nu exploatare; Jos politicienii, jos sistemul ticăloșit!; Vrem un stat de drept, nu un stat inert [...] UPDATE: Marșul protestatarilor a depășit zona centrului și s-a îndreptat către Calea Lugojului apoi către Piața Traian. După ora 20:00 protestatarii au ajuns în Piața Unirii, unde s-a desfășurat un concert.*”

În ceea ce privește conținutul textelor scandate de protestatari, ne putem da seama că acestea aduc critici la adresa politicienilor, făcându-i vinovați pentru problemele societății, acordul pentru exploatarea minieră de la Roșia Montană fiind unul dintre acestea. Din punct de vedere al stilului jurnalistic, în text regăsim fraze scurte, concise, ceea ce oferă lizibilitate articolului.

***Protest în centrul Timișoarei față de exploatarea de la Roșia Montană. Aproape 200 de persoane au participat la noua manifestație***<sup>8</sup>, din informațiile regăsite în titlu se identifică foarte ușor locul, momentul și subiectul desfășurării acțiunii despre care relatează jurnalistul, fiind un titlu rezumativ. În acest articol regăsim un lead narativ în care sunt identificate momentele desfășurării acțiunii de protest.

De asemenea, se accentuează modul de manifestare al protestatarilor: „Piața Victoriei, ora 17:00. Acestea sunt reperele deja obișnuite ale protestelor față de exploatarea de la Roșia Montană. Manifestanții au venit cu instrumente de percuție și pancarte. După ce au protestat în centru, au pornit în marș prin oraș. *6! Vin studenții!; Vrem educație, nu cianura!; Iubind salvăm Roșia Montană* au fost câteva dintre lozincile înscrise pe pancarte. Organizatorii, înarmați cu megafoane, au repetat îndemnul devenit leit motivul protestelor: *Uniți, salvăm Roșia Montană!* și le-au reamintit participanților că trebuie ca aceste proteste să continue până când posibilitatea începerii exploatării miniere cu cianuri va fi definitiv înlăturată.”

În urma analizei articolelor, ne putem da seama că ele au avut un conținut puternic informativ, prin relatarea evenimentelor, dar și un conținut propagandistic, jurnaliștii au

<sup>7</sup> <http://www.opiniatimisoarei.ro/un-nou-protest-pentru-rosia-montana-la-timisoara-mars-pe-strazile-orasului-foto-si-video/22/09/2013/>, accesat la data de 29.01.2015.

<sup>8</sup> <http://www.opiniatimisoarei.ro/protest-in-centrul-timisoarei-fata-de-exploatarea-de-la-rosia-montana-aproape-200-de-persoane-au-participat-la-o-noua-manifestatie/13/10/2013/>, accesat la data de 29.01.2015.

acordat o importanță specială declarațiilor reprezentanților clasei politice și lozincilor scandate de protestatari.

Aportul presei online în relatarea acestor evenimente a fost unul definitiv. Declarațiile regăsite în articole sunt prezentate ca afirmații clare, iar în ceea ce privește raportul dintre actorii principali din articolele analizate, putem observa că protestatarii sunt descriși ca „luptătorii de peste tot”, iar restul persoanelor, precum reprezentanții clasei politice sau „agenții de imagine ai companiei canadiene” sunt prezentați ca inamici publici, a căror imagine este prejudiciată prin apelul la ironie și satiră.

### Referințe bibliografice

- Severin, Werner J., Tankard, Jr., James W. 2004. *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă: originile, metodele și utilizarea lor în mass media*. Iași: Polirom.
- Dobrescu, Paul, Bârgăoanu, Alina. 2003. *Mass-media și societatea*. București: Comunicare.ro.

[www.pressalert.ro](http://www.pressalert.ro).

[www.opiniatimisoarei.ro](http://www.opiniatimisoarei.ro).