Scris de Florin Rusu
Marţi, 21 Februarie 2012 10:49

Sfarsitul presei este un refren vechi de cel putin jumatate de secol. In ultimul timp insa, refrenul a devenit un adevarat hit, el fiind fredonat in primul rand chiar de jurnalisti, intr-un veritabil exercitiu de self-fulfilling prophecy. Argumentul lor se bazeaza pe tabloidizarea presei si reprezinta un veritabil demers de metatabloidizare a tabloidizarii. Exemplul cel mai recent: comentariile pe marginea difuzarii imaginilor filmate cu fostul premier la o sala de fitness.

Ratingul emisiunii de pe Antena nu a fost deloc unul spectaculos, dimpotriva. Cu toate acestea, in mai putin de 24 de ore, majoritatea populatiei Romaniei vazuse filmuletul sau cel putin stia totul despre el. Motivul: posturile “serioase”, de stiri, preluasera imaginile si le difuzau alaturi de comentarii “critice” ale invitasilor, majoritatea jurnalisti cu J mare, iar in paginile publicatilor sau in editiile online, aceiasi jurnalisti faceau o reclama deloc gratuita “subiectului”. Reclama nu era gratuita pentru ca ei urmareau, constient sau inconstient, acelasi scop ca realizatorul emisiunii: rating. Din punctul acesta de vedere, realizatorul emisiunii, reprezentantul voyeurismului jurnalistic, are macar o scuza: el face o emisiune de divertisment (de o calitate mai mult decat indoielnica), pe cand ceilalti se cred jurnalisti cu J mare.

De fapt, problema presei romanesti de aici apare. Ea reprezinta o presa voyeurista. Tonul il dau televiziunile, prost intelese drept “mijloace de informare in masa”. Televiziunile au cu totul alta menire: ele sunt reprezentantele industriei de divertisment, si este normal, din acest punct de vedere, sa fie voyeuriste, precum este si consumatorul lor. Problema apare in momentul in care majoritatea covarsitoare a populatiei (peste 90%) se informeaza exclusiv de la televiziuni, neintelegandu-le rolul. Si mai grav este ca inclusiv jurnalistii din presa scrisa sau online se informeaza tot de la tv. Si incearca sa aplice reteta voyeurista domeniului sau. De buna vreme, presa scrisa sau online se ocupa in mare parte cu comentarea a ceea ce apare pe tv. Iar cand nu face acest lucru, adapteaza metoda in articolele publicate. Articolele cele mai bune sunt, potrivit deontologilor presei, nu cele in care apar argumente sau care vor sa restabileasca adevarul, ci cele in care apar oameni. Un articol bun este cel care cuprinde cat mai multe voci, puncte de vedere, indiferent de adevarul exprimat de acestea. Dezbaterea cu privire la liberalizarea preturilor la energie este un exemplu in acest sens. Credeti ca eliminarea subventiilor (directe catre companii si indirecte catre populatie) este o idee buna?, ar suna intrebarea unui ziarist. Si reprezentantii companiilor si consumatorii vor raspunde nu, pentru ca interesul lor, cel putin cel pe termen scurt, ii obliga sa faca acest lucru. Daca toti cei citati de articol spun nu, inseamna ca acesta este adevarul?!

Insa cei mai mari dusmani ai presei sunt ziaristii cu vechi state de plata, metajurnalistii care metatabloidizeaza subiectele tabloide care apar pe tv. Ei se remarca prin permanente exercitii stilistice, goale de orice idee, adevarate forme fara fond. Ei sunt cea mai buna reprezentare a ceea ce Hayek numea “secondhand dealers in ideas”. Analfabeti din punct de vedere economic si autosuficienti, au cucerit prime-time-ul televiziunilor de stiri, paginile de editoriale ale ziarelor si blog-urile. Si promoveaza idei aberante, folosindu-se de farmecul personal (in genul actualului presedinte pe care, de altfel, majoritatea il infiereaza). Ultimul exemplu este cel al lui C.T.P.
:

“Mi s-a aruncat şi contraargumentul că doar publicul, economia de piaţă, poate decide dacă un jurnalist mai rămâne sau nu în presă. Tare şi ăsta. Păi, în cazul medicilor, piaţa hotărăşte dacă îşi mai pot face meseria, sau Colegiul Medicilor, care le poate ridica dreptul de practică? Pe avocaţii infractori îi dă afară din barou publicul sau Baroul? Profesorii sunt scoşi din învăţământ, pentru contact sexual cu elevi, de către economia de piaţă? Sunt şi acestea profesii liberale, ca şi jurnalismul, numai că sunt constituite ca bresle şi reglementate.”

Stupiditatea contraexemplelor este cel putin inspaimantatoare. Bine ca n-a dat si exemplul Camerei Notarilor sau a Consultantilor Fiscali. Si ca nu si-a condus argumentul pana la capat si sa precizeze ca daca piata ar fi libera, parintii nu numai ca i-ar plati, dar i-ar si invita la masa pe profesorii care au contacte sexuale cu odraslele lor, pentru a-i cunoaste mai bine. In realitate, un astfel de organism n-ar face altceva decat sa inchida acesul pe o piata a muncii, care ar ramane mosia metavoyeuristilor jurnalisti cu J mare.

Pentru ca, nu-i asa, problema presei este una a voyeristilor curnalistii si a nu a metavoyeuristilor jurnalisti licentiati, care mai au si functii executive in publicatiile la care presteaza.{jcomments on}