

De ce Conceperea și editarea ziarelor?

Bogdan FICEAC*

Epoca ziarelor tipărite pare să fi apus, locul lor fiind luat de noile și tot mai diversificatele – dar și îndoielnicele – surse de informație din mediul online. Apare întrebarea firească: ce nevoie mai este de o materie precum Conceperea și Editarea Ziarelor (CEZ)?

Și totuși, epoca ziarelor tipărite chiar a apus? La fel se spunea și la apariția radioului și iată că presa scrisă a supraviețuit. La fel se spunea și la apariția televiziunii și ziarele au supraviețuit. Nici măcar presa gratuită, distribuită în stațiile de autobuz sau de metrou, nu a dus la dispariția ziarelor vândute la liber sau pe bază de abonament. Este foarte adevărat că, pe plan mondial, piața de publicitate a presei scrise s-a redus la circa un sfert din cât era în urmă cu un deceniu, ducând la dispariția a numeroase publicații sau la restructurarea masivă a altora, dar cum nici cărțile tipărite n-au lăsat locul celor digitale, nici în materie de presă, dispariția celei tipărite în favoarea celei online nu poate fi privită ca o certitudine. Cert este doar că marea majoritate a ziarelor și a revistelor de top au acum atât variante tipărite, cât și variante online, iar tendința este de a se merge către livrarea de conținut integral pe bază de abonament.

Pare într-adevăr paradoxal, în condițiile în care abundă sursele online de informații gratuite – agenții de știri, ziare, bloguri, vloguri etc. –, să credem că abonamentele la presa tipărită sau digitală ar putea avea succes. Și totuși așa este. Pentru că, dincolo de gratuitate, calitatea și acuratețea contează.

Da, sunt milioane de oameni neinteresați de calitate sau de acuratețe. Sunt milioane de oameni care privesc la nesfârșit pe YouTube cum un semen al lor frământă *slime*. Dar sunt milioane – zeci, chiar sute de milioane în întreaga lume – care și-au făcut deja abonament la Netflix sau la Spotify, pentru că vor conținut, nu doar gratuitate. Conținut de calitate, fără întreruperi de publicitate, pentru care sunt dispuși să plătească. La fel cum încep să fie tot mai mulți cei dispuși să plătească pentru conținut de presă de calitate. Boom-ul site-urilor de știri gratuite, pline de *fake news*, sau de așa-zise *breaking news* nu poate dura

* Facultatea de Jurnalism, Universitatea „Hyperion” din București

prea mult. La fel, epoca așa-ziselor televiziuni, unde se difuzează la nesfârșit un ghiveci halucinant alcătuit din frânturi de știri relativ importante, scandaluri imunde, bizare teorii ale conspirației, comentarii presupus elitiste despre orice și despre nimic concret, anunțuri alarmiste gen *vine urgia: în decembrie va ninge*, sau încercări cu totul penibile, dacă nu chiar ticăloase de a spori audiența pe seama unor tragedii ori pe seama unor știri false sau înșelătoare precum: *A murit un mare artist!* – după pauză aflăm că a murit Dan Spătaru (în 2004, dar ce mai contează) – sau: *ANDREEA MARIN A murit...*, pentru ca știrea să ne informeze că a murit tatăl ei cu ani în urmă (!). Cineva observa la un moment dat că o televiziune de știri din România are mai multe *breaking news* într-o zi decât CNN într-un an. În ceea ce privește site-urile de presă gratuite, a devenit o obișnuință utilizarea titlurilor înșelătoare pentru a da impresia de senzational oricărei banalități, sau chiar non știri.

Omul este prin excelență o ființă socială. Iar pentru a trăi în societate este necesar să existe un sistem stabil și clar de norme și de valori care să guverneze întreaga viață societală. Cu cât acest sistem este mai puternic, mai respectat de o largă majoritate, cu atât societatea respectivă este mai puternică, mai unită, mai încrezătoare în viitorul comun. Dacă regulile sunt respectate doar declarativ, iar valorile sunt confuze, societatea traversează o perioadă bolnavă – anomică –, iar individul se simte vulnerabil, nesigur, fără viitor. Inevitabil apare dorința de stabilitate, de liniște, de predictibilitate. Adică de rigoare, de calitate, de valoare. Iar pentru aceasta individul este dispus chiar să și plătească. În primii ani de după căderea comunismului, România a fost invadată de cărți și filme de groază, de pornografie etc. În timp, apetența pentru asemenea produse – interzise de regimul anterior – s-a redus semnificativ și ele au ajuns la periferia preferințelor publicului larg. Curiozitatea față de *fructele interzise* pe timpul comunismului a cedat în fața apetitului pentru calitate. Nu întâmplătoare a fost și explozia relativ recentă a televiziunilor de popularizare a științei (când emisiunile de știință abia dacă își găseau loc la televiziunile publice – ele fiind din start considerate perdante la capitolul rating). Discovery, History, National Geographic etc. aduc o audiență nesperată și de necrezut cu doar câteva decenii în urmă.

Ca o primă concluzie, este foarte puțin probabil să asistăm la dispariția definitivă a presei tipărite. Mult mai probabil ne vom confrunta cu o restrângere a tirajelor tipărite concomitent cu furnizarea de conținut de calitate online, pe bază de abonament. Cuvintele-cheie ale viitorului în mass media vor fi *conținut de calitate*. Evident vor continua să existe și să se dezvolte entitățile media sau canalele online cu conținut boulevardier, dar jurnalismul de calitate va recuceri tot mai mult teren. De fapt, și în perioada de glorie a presei tipărite coexistau pașnic publicațiile *quality* cu cele boulevardiere. Cele boulevardiere aveau tiraje mult mai mari, dar cele *quality* se bucurau de respect și influență net

superioare. În fond cele două mari categorii de presă amintite anterior reflectă cumva și cele două mari categorii de semeni ai noștri: cei foarte mulți cu gândire superficială, obișnuiți să înghită știrile pe nemestecate, să accepte explicațiile cele mai simple pentru probleme complexe (de regulă din zona teoriilor conspirației sau a țăpilor ispășitori), să se relaxeze evadând în lumea telenovelelor, a *reality show* – urilor sau a programelor televizate or a canalelor online aflate sub semnul celor trei S: Sex, Sânge și Scandal și cei sensibil mai puțini, cu gândire critică, obișnuiți să citească printre rânduri, să se informeze din mai multe surse de informație, să analizeze evenimentele pe baza cunoștințelor acumulate, altfel spus, cei doritori de conținut de presă *quality*. Chiar dacă, numeric, există un dezechilibru clar între cele două categorii, din punctul de vedere al influenței în societate situația este exact inversă: cei mulți cu gândire superficială, cu creierile remodelate precum calupurile de *slime*, devin foarte ușor simple mase de manevră pentru păpușarii aflați mai mult sau mai puțin în umbră.

În urma acestei poate prea lungi referiri la contextul public și mediatic actual, inevitabil revine întrebarea: și totuși, de ce CEZ?

Pentru că presa scrisă, chiar și într-o asemenea situație dificilă, rămâne *perla coroanei* în mass media. Evident, sunt necesare câteva argumente.

Un număr de cotidian național standard, format mare, 16 pagini (gen *România liberă* din anii '90, care ajungea chiar și la 64 de pagini în unele zile) conține circa 190 de pagini dactilografiate standard (12 pagini dactilografiate la o pagină de ziar; $12 \times 16 = 192$), adică e de dimensiunile unui roman. În fiecare zi, jurnaliștii de la un mare cotidian național, scriau (și ilustra) contracronometru un întreg roman (un întreg volum). Cu mare atenție la acuratețea gramaticală și la veridicitatea știrilor. Fiecare informație era verificată, corelată cu materialele anterioare, cu contextul, cu alte surse, pentru a exclude orice posibilitate de eroare. De asemenea se lucra cu mare grijă ca vreuna dintre știri să nu se dubleze, ca prezentarea grafică să fie unitară, ca fotografiile să aibă explicații, ca anchetele sau reportajele mai ample să aibă șapouri, subtitluri, casete etc. Erau conștienți că articolele lor, ziarele pe care le creau zilnic vor rămâne decenii, poate chiar secole în biblioteci și în arhive, iar ei poate vor putea fi citați de generațiile viitoare, așa cum sunt citați și citați astăzi marii condeieri, marii gazetari din perioada ante și interbelică. Prin comparație, la o televiziune de știri, de regulă sunt prezentate 10 – 20 de știri pe zi, fiecare dintre ele având în medie, la editare, circa o jumătate de pagină standard. Adică 5 – 10 pagini de știri pe zi. Preluate, multe de pe site-uri de știri, și reluate la nesfârșit în decursul unei zile – se schimbă doar prezentatorii, moderatorii și invitații care le comentează fiecare în felul lui, accentul fiind pus pe eventuale controverse care ar putea genera un scandal în studio și astfel un plus de audiență. Dreptul la replică se folosește, dar nu ca o cerință

internalizată, elementară a meseriei de jurnalist, ci mai mult din teama de sancțiuni din partea CNA. Seceta de materiale jurnalistice originale, autentice este reflectată și de puzderia de non știri sau de făcături penibile prezentate insistent și consistent ca *breaking news*. Preocuparea pentru calitate nu există, cum nu există nici grija pentru posteritate. Imensa majoritate a înregistrărilor vor fi șterse după ce trece termenul de o lună impus de CNA. Sumarizând, presa scrisă presupune foarte multă muncă, profesionalism, atenție la gramatică și la adevăr, ea fiind o veritabilă școală (postuniversitară, eventual) atât pentru jurnaliștii care vor continua să activeze în presa tipărită sau în mediul online, cât și pentru cei care se vor îndrepta spre domeniul cu audiență mult mai mare al audiovizualului.

În concluzie Conceperea și Editarea Ziarelor rămâne o materie necesară cel puțin din două motive:

- Are un rol formativ; educă și obișnuiește viitorul jurnalist cu exigențele fundamentale ale meseriei – domeniu în care presa scrisă excelează;
- Pregătește viitorul jurnalist pentru munca foarte dificilă de creare a conținutului de calitate, experiență ce îi va fi utilă, fie că va urma un reviriment al presei tipărite, fie că se va dezvolta exponențial furnizarea de conținut pe bază de abonament, fie că viitorul ziarist va alege zona audiovizualului unde, de asemenea cererea de conținut de calitate este în creștere accentuată, iar entitățile mass media cu conținut ieftin, și la propriu și la figurat, vor fi direcționate către periferia câmpului mediatic (firește, în măsura în care și societatea românească în ansamblul ei își va găsi echilibrul și măsura).