

QUO VADIS, JURNALISM?

*Dumitru ȚURCANU,
doctor în științe politice, conferențiar universitar*

Summary

The evolution of new information and communication technologies changes the traditional meaning of journalism that supports modifications of the content and the form, influenced by new media and social networks. The experts speak about the danger of disappearance, degradation and the erosion of journalism as a profession. To prove that the author presents different abordations of the problem, offered by the scientists from our country and from the foreign states. The author is convicted that the journalism as profession may cohabit with different forms of network communication. The condition is to be faithful to the quality journalism principles and values.

Nu o singură dată am fost martori când cei din jur, comentând unele evenimente reflectate în presă, se năpustesc asupra jurnaliștilor, acuzându-i de toate păcatele de pe lume. Dezacordul cu cele ce se întâmplă în realitate, aprecierea și atitudinea critică sau agresivă personală a consumatorului media față de evenimentele reflectate se extind asupra jurnalistului. Este la fel cum te-ai supăra pe oglindă, ca obiect de reflectare a realității, fiind rău pornit împotriva ei și nu a realităților din viață, așa cum sunt ele, sau a actorilor social-politici, care au generat aceste probleme pentru societate sau comunitate. Dar, de cele mai multe ori, consumatorii produsului mediatic percep sau intuiesc tendințele și subterfugiile jurnaliștilor de a fabrica o altă realitate, cea dorită de ei, total diferită de cea pe care ar prezenta-o o oglindă de calitate. Aceste acțiuni ale reprezentanților presei sunt dictate fie de interese deschise sau mai mult ori mai puțin voalate, fie de nivelul de profesionalism scăzut. În primul caz, rădăcinile sunt de ordin deontologic, în cel de-al doilea – de calitatea pregătirii corpului de jurnaliști, de gradul de profesionalism al lucrătorilor media și, în ultimă instanță, de calitatea muncii de jurnalist, în ansamblu. În următoarele rânduri am vrea să atacăm, în linii mari, cel de-al doilea aspect al problemei.

Cine-i vinovat?

La această întrebare mai bine ar fi să punctăm unele realități obiective, secundate de aspecte subiective, care stau la baza stării alarmante, în viziunea noastră, în ceea ce privește profilul profesional al jurnaliștilor de astăzi. Problema dată s-a extins deja din sfera comunității de breaslă în cea a societății în ansamblu.

Era digitală, implementarea noilor realizări în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicațiilor au exclus jurnalismul ca profesie din categoria

specialităților deosebite, pentru care sunt necesare cunoștințe, aptitudini, deprinderi, plus vocație, talent, dar înzestrat. În circuitul informațional s-au inclus mii și milioane de indivizi care pretind a fi jurnaliști. Cunoaștem că presa tradițională asigură și un control asupra calității din partea producătorilor media. La ziare, reviste, la radio și televiziune veneau zeci, sute de mii de scrisori, care la fel conțineau opinii, propuneri, sugestii, plângeri, comentarii la diferite evenimente și situații din viață, dar și creații literar-artistice ale autorilor acestor răvașe – de la poezii, poeme, până la piese și romane. Canalele de transmisie, însă, erau asigurate cu un filtru al calității produsului mediatic sau literar. În perioada totalitară din spațiul nostru acest filtru avea, în primul rând, o misiune ideologică, dar și calitatea scriiturii era o preocupare de bază a lucrătorilor de presă.

Accesul liber și nelimitat la canalele de comunicare, pe care îl asigură în prezent Internetul, a dizolvat jurnalismul în multe alte profesii, devenind practic nonprofesie. Oricine poate scrie orice și publica oriunde. Astfel, noile tehnologii informaționale au creat posibilități enorme pentru difuzarea informației, asigurând o informatizare globală, dar, în același timp, această revoluție tehnologică a deschis larg porțile pentru includerea în acest circuit a unui număr nelimitat de indivizi cu pretenții la scriituri pentru un public, practic, global. Paradoxal, dar inovațiile tehnologice în alte domenii, cum ar fi, de exemplu, medicina, fizica, construcțiile de mașini, matematica, biologia, chimia etc., necesită o specializare tot mai îngustă, un profesionalism cât mai desăvârșit, o pregătire continuă conformă standardelor mondiale. În cazul jurnalismului, canalele de transmisie au obținut prioritate față de conținutul și calitatea produsului transmis. Este la fel cum prin conductele de apă am primi în casele noastre nu doar apă bună de băut, potrivit normelor sanitare, dar o amestecătură de cristalină de izvor cu toate tipurile de reziduuri.

Internetul, ca un canal universal, global de difuzare a informației, cu siguranță nu are nevoie de avocați în sensul priorităților sale incontestabile. Autorii *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet* scriu despre aceasta, menționând doar o latură a acestor priorități: Odată cu sosirea Internetului, au apărut posibilități extinse de a învăța toată viața, formal sau informal, ori de câte ori experiența sau așteptările o cereau, și s-a susținut că web-ul, în condițiile unui acces deschis, va servi pentru mulți drept o „universitate fără ziduri” și chiar se va elimina sala de clasă [1, p.284]. Posibilitățile acestuia s-au extins nu numai asupra canalelor de transmitere a informațiilor. Dezvoltarea multimedia, apariția și afirmarea în fața publicului a new media, platformele de socializare și alte modalități și formate de producere și transmitere a informației, cum ar fi Facebook, Twitter, I Phone, I Pad, Google, „smart TV” etc. îmbogățesc publicul, modificându-l în esență față de cel al mass-mediei tradiționale. În presa

tradițională exista un emițător (ziar, revistă, agenție de presă, post de radio sau televiziune etc.) ca subiect și o mulțime de receptori ca obiect al actului de comunicare. Actualmente, această mulțime de receptori nu se mai împacă cu acest rol și se prezintă în piața mediatică virtuală și în calitate de producători. Publicul, din consumator, se transformă și în producător media, lăsându-și amprentele caracteristice pe conținutul, forma și efectul acestor produse mediatice.

Apariția și dezvoltarea new media conduce la erodarea sau dispariția chiar a limitelor de calitate a produsului mediatic și a mulțimii de materiale, „împinse” pe rețelele sociale. În același timp, sprijinim opinia că „extinderea fără precedent a Internetului expune jurnaliștii evaluării lor de către un public divers”, ceea ce a crescut disponibilitatea unor mase mari de consumatori „de a le cere jurnaliștilor să fie responsabili” [2, p.222-223]. Totodată, depersonificarea jurnaliștilor prin apariția lor pe net nu contribuie la sporirea acestei responsabilități, atât față de instituția mediatică, în cazul când aceștia o reprezintă, cât și față de publicul consumator. În concurența lor cu autorii rețelelor sociale, jurnaliștii încearcă să fie mai operativi, apelând la forme simpliste de exprimare, practică un stil lapidar, telegrafic. Dat fiind faptul că munca jurnalistului este tot mai mult tehnologizată, ea a fost izgonită din atelierul de creație literară și aruncată pe conveierul procesului tehnologic. În această situație producătorul media profesionist poate prezenta materialul fără o documentare serioasă, fără a confrunța sursele, fără a verifica datele și cifrele, fără a ține cont de bunul simț și elementarele norme deontologice, proprii acestei profesii.

Intervenția rapidă în piața mediatică a mai multor canale, evoluția sistemelor de producere și transmisie a unor diverse produse mediatice, procesele de concentrare și monopolizare a mass-mediei, inclusiv în Republica Moldova, divizarea evidentă a jurnaliștilor după grupuri de interese, tratarea principalelor evenimente social-politice de pe poziții diferite, deseori diametral opuse, părtinitoare conduc la scăderea încrederii populației atât față de produs, cât și față de profesia de jurnalist, în general. Monopolul asupra mai multor posturi de televiziune, radio, altor instituții media înrădăcinează solidaritatea corporativă, impusă de patroni, în vederea unei anumite politici editoriale, unei singure viziuni în tratarea subiectelor.

Jurnaliștii angajați ai acestor instituții sunt lipsiți de posibilitatea și dreptul de a crea independent, ei sunt încarcerați pentru a promova în exclusivitate acele valori și idealuri pe care le impun stăpânii. Or, respectarea principiilor de echidistanță, imparțialitate, obiectivitate, adevăr și pluralism social-politic în reflectarea evenimentelor nu este un scop propriu-zis pentru jurnaliști. Ea constituie un element esențial al profesionalismului acestui producător media, al profesiei în ansamblu. În cazul când de la un eveniment cu amplasarea corturilor în fața

parlamentului, în semn de protest împotriva politicii guvernanților, unele media vorbesc despre zeci de corturi, iar altele despre sute, problema nu este în aritmetică, ci în respectarea valorilor, intrinseci profesiei de ziarist.

Jurnalismul a devenit în prezent dependent de public. De cele mai multe ori, conștient sau inconștient, el fabrică pentru public acel produs, pe care audiența îl solicită. Mai întâi jurnaliștii au venit la public cu anumite modele, cu anumite mostre de realitate modelată, de pseudorealitate, de divertisment alterat, de senzație ieftină, de scandal monden, l-a drogat cu acest produs zi de zi, ca mai apoi același public, intoxicat de asemenea tip de produs, să-i solicite, la fel zi de zi, deja în proporție geometrică, aceeași marfă de calitate joasă și de prost gust a producătorului media.

O bună parte din comunitatea jurnalistică tinde să se promoveze, să-și fabrice propria imagine mediatică nu prin produsul de calitate, nu prin poziția civică, nu prin responsabilitatea firească profesiei față de publicul numeros, ci prin pozare, prin aparență, prin spoturi publicitare și implicare în acțiuni politice, în afaceri dubioase și scandaloase cu caracter de reclamă. Practicând procedee de manipulare și persuasiune, această categorie de jurnaliști, până la urmă, trădează principiile profesiei pentru anumite interese materiale de moment.

Cunoscutul sociolog al mass-mediei Remi Rieffel (vezi cartea *Sociologia mass-media*) califica destul de dur această profesie, menționând că „jurnalismul este ca o trambulină în lansarea către alte profesii sau un refugiu după un eșec în altă profesie, incapacitatea mediului jurnalistic de a realiza un autocontrol eficient și o autodefinire convingătoare a faptului că imaginea publicului despre jurnaliști este una de persoane corupte, lipsite de onestitate și curaj, care se pun în slujba unor grupuri de interese, și nu a publicului în general. Din aceste motive, spune specialistul în sociologie, jurnalismul, deși are granițele domeniului său de activitate bine stabilite, nu poate fi numit o profesie în sine” [3].

Aproape despre același lucru a vorbit și Andrei Pleșu la Simpozionul Național de Jurnalism de la Cluj-Napoca: „Orice profesie are un contur și niște standarde, implică o anumită expertiză. Cred că acum jurnalismul este meseria cea mai lipsită de contur din România. Mă uit la emisiuni și, în loc să dau de jurnaliști, dau de militanți, mă duc să dau de informații, și găsesc partizanat. Profesia glisează spre politic. În loc să se înscrie în partid, jurnaliștii vin la TV și fac emisiuni de propagandă. E un mare pericol al gazetăriei. Se alunecă spre un statut ce nu e al gazetarului, ci al agitatorului [4].

Configurarea profesionalismului are loc și în redacțiile, instituțiile media, posturile de radio și televiziune, agențiile de știri, site-uri etc. Calitățile unui bun jurnalist sunt inseparabile de cultura generală a acestuia. Cu regret, deseori la microfon sau la ecran, în materialele presei pe net poți găsi asemenea „capodopere”,

care știrbesc grav din imaginea profesiei de jurnalist. A confunda Libia cu Liberia, Iranul cu Iracul, Monet cu Manet, watt cu volt, Bohr (Niels) cu Born (Max), ambii fizicieni și laureați ai Premiului Nobel, opera cu opereta ș.a.m.d. demonstrează lacune de neiertat în cultura generală a tinerilor (și nu doar) jurnaliști din arealul nostru autohton.

Jurnaliștii consacrați întotdeauna au demonstrat fidelitate profesiei și misiunii lor de a informa în mod obiectiv publicul, de a-i prezenta adevărul, fără decupaj, de a aduce oamenilor spiritul de optimism, de edificare, de omenie și bunătate. Și astăzi sunt actuale principiile de program ale cunoscutului jurnalist american Joseph Pulitzer, care a spus: „Mi-am petrecut întreaga viață în slujba jurnalismului, pe care îl consider una dintre cele mai nobile și importante profesii. Responsabilitatea noastră, a tuturor jurnaliștilor, este extrem de mare, pentru că oamenii citesc și ne cred” [5]. Autorul acestor rânduri a fost jurnalistul care a investigat un șir de nedreptăți din societatea americană, a publicat mai multe reportaje despre probleme de interes public larg, având ca obiective factorul uman, schimbarea spre bine în societate. Prin aceasta el și făcea ca publicul să-l citească și să-l creadă.

Ce-i de făcut?

Tradițional, la această întrebare este mult mai greu și mai complicat de a găsi răspunsuri. În asemenea cazuri vom puncta unele probleme, a căror rezolvare o considerăm astăzi dificilă sau de domeniul perspectivei.

Este necesar să înțelegem că jurnalismul ca profesie nu reprezintă doar o preocupare a lucrătorilor mass-mediei. Întreaga societate trebuie să fie interesată de calitatea produsului mediatic, ceea ce ne informează, ne educă și ne distrează. De aici și necesitatea de a identifica conceptual profesia de jurnalist, de a perfecționa cadrul legislativ de pregătire, învățământ și formare continuă, de activitate a jurnaliștilor și instituțiilor media. La fel este important, în viziunea noastră, de a identifica modelul (sau modelele) de care urmează să ne conducem în conturarea profilului de jurnalist la etapa dată, în condițiile transformărilor digitale și ale internetului. Practic în toate țările, societățile și factorii puterii sunt nemulțumiți de starea mass-mediei, caută diferite soluții de redresare a acesteia, propunând și testând mai multe variante. Este jurnalistul o unealtă în procesul tehnologic de difuzare a informației, a oricărui produs mediatic? Este vorba de tehnologizarea profesiei în perspectiva robotizării producerii informației? Despre aceasta afirma cu multă siguranță unul din pionierii conceptualizării societății informaționale, savantul sociolog japonez Yoneji Masuda, considerând că până la urmă calculatorul îl va înlătura pe om de la procesul de producere a informației.

Conceptualizarea funcțiilor mediaticice ale profesiei de jurnalist ar contribui în mod esențial și principal la identificarea rolului său de producător media, a

locului său aparține în procesul de comunicare, fără riscul de a fi dizolvat în sfera comunicării. Considerăm că jurnalistul universal poate coexista cu specializarea diversă în profesie, iar conveierul tehnologic al cross-mediei nu trebuie să precliteze fundamentele definitorii ale jurnalismului. Oricum, cei preocupați de pregătirea specialiștilor în domeniul mass-mediei și în menținerea imaginii unui jurnalism de calitate urmează, pe lângă prioritățile acestor procese, să identifice și riscurile de erodare și diluare a profesiei date pentru elaborarea unor măsuri eficiente de contracarare a lor.

Suntem convinși că și în era digitală portretul unui jurnalist de calitate nu trebuie să fie diferit de cel descris de Curtis D. MacDougall: „Jurnalistul cu succes nu se naște, se face. Cele mai multe calități sunt valabile în orice domeniu. Inteligență, prietenie, seriozitate, imaginație, ingenuitate, nerv, rapiditate, acuratețe, curaj, rezistență, autodisciplină, perseverență, vioiciune intelectuală, onestitate, punctualitate, optimism, putere de observare, agerime, inițiativă, umor, adaptabilitate. Jurnalistul nu se poate reduce la abilitatea de a scrie. Ideile mari, mai mult decât cuvintele frumoase, fac textul să fie superior. Interesul pentru problemele contemporane este esențial. De aceea, reporterul trebuie să fie iscoditor, receptiv și sceptic. El trebuie să gândească și iar să gândească, să întrebe și iar să întrebe” [6, p.233-234].

Referințe bibliografice:

1. Briggs A., Burke P. *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet*. Iași: Polirom, 2005.
2. Schifirneț C. *Mass-media, modernitate tendențială și europenizare în era Internetului*. București: Tritonic, 2014.
3. Tulbure Al. *Ce este Jurnalismul?* Disponibil: alexandratulbure.blogspot.com [accesat 06.11.2015].
4. *Curs de guvernare*. Disponibil: cursdeguvernare.ro [accesat 06.11.2014].
5. Stoian S. *Jurnalismul lui Pulitzer – una dintre cele mai nobile profesii*. Disponibil: <http://ffff.ro/superscrieri> [accesat: 09.09.2014].
6. Popescu C.F. *Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate*. București: Ed. Niculescu, 2007.