PRESA TIPĂRITĂ:
Între „a fi” și „a nu fi”

Mihail GUZUN,
doctor în filologie,
conferențiar universitar

La redactarea titlului acestui articol m-a inspirat ...William Shakespeare, autorul celebrei piese „Hamlet”. Chiar și acei care n-au văzut niciodată vreo piesă a celui mai cunoscut dramaturg de pe toate continentele, își amintesc de multe ori de renumita frază din monologul lui Hamlet, care, cuprins de o stare melancolică, meditează asupra provocărilor vieții și morții ca alternativă, din actul III al piesei:

„A fi sau a nu fi: iată-ntrebarea”.

Ba unii o reproduc și în engleză: „*To be or not to be?*”

Discuțiile vizavi de viitorul presei tipărite se duc de mai mult timp. Au fost organizate un șir de conferințe și simpozioane cu acest subiect sau care abordează și această temă, au văzut lumina tiparului mai multe studii, culegeri de articole, ba chiar și monografii. Aș aminti aici de conferința din octombrie 2012, organizată în Tbilisi, Georgia, sub egida OSCE, cu genericul: „MIM (mediile de informare în masă) tradiționale: Practici avansate și perspective” [1]; de monografia colectivă „Destinul presei tipărite în epoca Internetului” (Celeabinsk, 2018) [2]; de cartea „Când vor muri ziarele?” [3], autor Andrei Mirosnicenco, volum care a văzut lumina tiparului în anul 2011 și la care mă voi referi pe parcurs.

Un mare interes prezintă opiniile expuse referitoare la destinul presei tipărite de Mario Garcia, profesor de artă grafică, considerat un „gurú” al presei mondiale, autor a peste 10 cărți ce tratează domeniul designului de web și print, care a ținut cursuri la universități din 14 țări ale Europei și Americii Latine, (nu luăm în calcul universitățile din SUA). În 2009 „expertul nr.1 în lume în concept de presă” s-a aflat în România, participând la cea de-a treia ediție a Conferinței Naționale a Presei din România. Evident, că reporterii n-au putut să rateze o astfel de ocazie, publicând o serie de interviuri cu Mario Garcia [4],

reflecțiile căruia, – judecăți ale unui veritabil profesionist și cunoscător profund al domeniului, – prezintă un interes major atăt pentru practicieni, cât și pentru cercetătorii sectorului mediatic.

Este greu să ne imaginăm lumea fără ziare. Chiar dacă nu le citim.

(Am găsit undeva, că primul cosmonaut, care s-a aflat o perioadă mai îndelungată pe orbita pământului, (Pavel Beleaev, pare-mi-se), după aterizare a fost întrebat, ce i-a lipsit cel mai mult în cosmos din lucrurile cu care s-a obișnuit pe pământ.

„Ziarele", – a fost răspunsul).

Primul ziar, organ de informare public, a apărut începând cu anul 59 î.Hr. și se numea „Acta Diurna". El a fost înființat de Iulius Cezar și era afișat în locurile publice, unde obișnuia să se adune lumea.

Se consideră prima gazetă cea lansată la Paris în 1631 de Théophraste Renaudot *La Gazette*, o foaie săptămânală imprimată pentru care obține de la regele Ludovic al XIII-lea privilegiul exclusiv de imprimare, după o concurență acerbă cu *Les Nouvelles* editată de librarul **Louis Vendosme**.

O bună parte din istoricieni însă, consideră că primul ziar ***„real"*** din istoria lumii a foat ziarul „Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien" („O relatare a tuturor știrilor remarcabile și memorabile"), publicat de tipograful german Johann Carolus cu începere din 1609. Dar recent au fost găsite documente de arhivă, prin care se confirmă că ziarul respectiv apare din 1605.

Important este că până la Johann Carolus ziarele erau scrise de mână și, evident, erau distribuite în mediul celor bogați. Totul s-a schimbat datorită lui Carolus, fondatorul **primului ziar tipărit din lume.**

La mijlocul sec. XVIII apar primele publicații cotidiene.

După 1960, în fața provocării televiziunii, presa devine din ce în ce mai diversă, iar destinul cotidienelor e diferit în funcție de țară.

După 1995 începe să apară așa-numita presa online, varianta digitală a ziarelor print.

Spațiul acestul articol nu-mi permite să mă expun mai pe larg asupra viitorului, trendului, ca să utilizez un termen mai modern, presei tipărite, iată de ce o să mă limitez la o prezentare punctuală (conspectativă).

1.Mai întâi, un răspuns la adresa celor, care consideră că noi asistăm deja la prohodul ziarelor.

Gazetele ca atare nu dispar, ele trec într-o altă formă de existență, – de la formatul print (pe hârtie) la formatul digital (pe ecranul calculatorului). Este clar, că noul format implică găsirea unui nou concept editorial, grafic, dar și o nouă organizare a procesului de creație însăși.

Mai mult ca atât. Presa tipărită/ scrisă/ print va exista și în continuare, ca o alternativă eternă, după Garcia, la alte mijloace de informare. Iată ce-a răspuns la întrebarea, - „*În cât timp va deveni ziarul tipărit un produs pentru nostalgici?*" – Mario Garcia: „Va exista întotdeauna un produs tipărit de un anumit fel. Unii oameni vor opta pentru a citi doar în media digitală. Însă altora le va plăcea mereu să simtă în mână cartea sau ziarul" [5].

Cititorii sunt diferiți. Unii navighează lejer între ziar și pagina de Internet, alții cunosc realitatea doar prin Internet și Google. O parte nici nu-și imaginează, când ajunge seara, de unde a obținut o informație sau alta. Se poate constata „cu ochiul liber": astăzi ziarul îl vedem cu prioritate în mâna celor care au depășit vârsta de 50 de ani.

2. Conform unor pronosticuri, bazate pe studii și investigații desfășurate conform cerințelor științifice, profesia de jurnalist, ca și cea de copywriter, agent turistic, lector, bibliotecar, notar, consultant juridic ș.a., e pe cale de dispariție. Care-s argumentele?

Programele de transformare a discursului în text informativ și programele de redactare a textelor pentru documente va conduce la automatizarea acestor procese, preocupări care odinioară erau considerate creative, adică țineau de o profesie concretă, autonomă. Se consideră, că o parte considerabilă a muncii jurnalistului va fi substituită de intelectul artificial. (N-am vrut să amintesc de o cifră, dar am găsit în unele studii, că peste 20 de ani circa 95% din problemele legate de activitatea MIM vor fi soluționate de intelectul artificial).

Bunăoară, compania „Bloomberg" a concediat o parte din personalul responsabil de scrierea și difuzarea noutăților (news), înlocuind-o cu programe de intelect artificial, care redactează știrile, textele informative de la birje mult mai viu decât jurnaliștii-oameni.

3. Expansiunea noilor tehnologii informaționale în toate domeniile vieții noastre este inevitabilă. Inclusiv și în domeniul instruirii, formării generației în creștere. Dar iată ce semnalizează tot mai mulți și mai mulți specialiști în domeniu: Generația crescută și formată cu click-ul

în mână, devine tot mai mult și mai mult indiferentă față de ceea ce se întâmplă în jur, nu mai este capabilă să facă o analiză logică profundă a evenimentelor, este predispusă spre o percepție pasivă a faptelor din lumea proximă.

Afirm acest lucru, gândindu-mă la domeniul nostru, al presei, la misiunea acesteia. (De altfel, chiar recent am lecturat un interesant articol referitor la consecințele impactului noilor tehnologii informaționale asupra jurnalismului clasic, semnat de colega noastră Georgeta Stepanov, cu titlul „Consecințe negative ale tehnologizării proceselor de producere ziaristică" [6].

Să ia blogherii locul jurnaliștilor?

Rețelele sociale vor exclude ziarele de pe piața informațională?

Să aibă dreptate autorul studiului „Când vor muri gazetele?", că va veni și vremea, când editorii vor deveni ..ciobanii blogherilor?!

Și aici îi dau dreptate profesorului universitar Vladimir Tulupov, autor a multor studii consacrate mass-mediei, decanul Facultății de Jurnalistică a Universității de Stat din Voronej, (Rusia), care consideră că rețelele sociale îndeplinesc, într-o anumită măsură, funcțiile jurnalismului. Ele informează, distrează, asigură actul comunicării, dar ele se produc într-un regim haotic, „la voia întâmplării" și în dependență de dispoziția și orgoliul celui care emite mesajul. Actorii rețelelor sociale sunt, de fapt, niște amatori și pe ei nu-i preocupă autenticitatea faptelor relatate, acceptă ușor zvonurile care circulă în societate. Profesionalismul însă presupune în primul rând responsabilitate. Deviza profesionalului este: „Informația de calitate – la timpul oportun!" [7].

4. Andrei Miroșnicenco, analist al procesului mediatic, autorul cărții „Când vor muri ziarele?" [3], presupune, că decesul presei tipărite se va încheia către anul 2037. Ultimul ziar de afaceri, Miroșnicenco se referă la spațiul mediatic din Rusia, care se va dezice de varianta pe hârtie, va fi «Коммерсант», iar decesul acesteia se va produce în 2023. Cel mai rezistent detașament al presei clasice va fi cel al ziarelor raionale, dar și lor, în opinia lui A. Miroșnicenco, expuse în anul 2011, le-a mai rămas să trăiască doar 20 de ani.

Vinovatul de moartea presei tipărite se face ...lumea digitală.

Ar fi necesar să menționăm, că apariția cărții „Când vor muri ziarele?" n-a fost una accidentală. Cei care urmăresc de mai mulți ani

platforma *Slon.ru*, n-au putut să treacă cu vederea articolele, eseurile lui A. Miroșnicenco referitoare la presă și destinul ei în epoca noilor tehnologii informaționale. La timpul respectiv multe din gândurile și afirmațiile autorului n-au fost luate de multă lume în serios, ele fiind calificate mai curând ca fiind niște texte valabile pentru așa-numita „presă galbenă".

E greu și riscant să dai un răspuns categoric la întrebarea „Când vor muri ziarele?". Dar, după cum susține Ivan Zasurschii, șeful Catedrei de Noi media și Teoria comunicării a Facultății de Jurnalistică a Universității de Stat „M.V.Lomonosov" din Moscova, într-un articol cu un titlu sugestiv, – „Jurnalistica – melcul care își caută o nouă căsuță"[8] – (subscriu și eu la opinia expusă), deși cartea lui A. Miroșnicenco este o tentativă de a scruta viitorul, dar, de fapt, ea este îndreptată asupra elaborării unor soluții profesioniste astăzi.

Autorul propune atenției diferite ipoteze practice și modele ale viitoarelor MIM: ziarul ca vitrină a site-urilor, ziarele compuse din texte cu mulți autori, media intercorporative etc. Criza modelului existent de ziar, în viziunea lui Miroșnicenco, nu ține doar de (1) criza suportului (de hârtie), (2) de criza tehnologiei (distribuirea) și (3) de criza profesiei (jurnalismul), dar și de întârzierea găsirii unor posibilități de identificare a unor noi mecanisme, unor noi posibilități de autoorganizare și de proiectare a unui nou spațiu informațional.

Misiunea presei la ora actuală, inclusiv și a celei *clasice*, nu mai este să ofere cititorului informație, dar să-l ajute să se orienteze în acest ocean de noutăți, date, cifre, opinii, păreri și prognoze.

N a v i g a r e a – este unicul produs informațional, valoarea căruia va spori odată cu creșterea volumului informației.

Este îndoielnică, în opinia lui A. Miroșnicenco, afirmația și crezul jurnaliștilor, că noutățile reprezintă chintesența profesiei noastre.

Să ne întrebăm: Cine află noutățile din ziare? Cine mai citește știrile din paginile gazetelor, dacă ești deja la curent cu ele, grație suportului comunicării digitale?

„Gazeta ca o foaie de hârtie într-un singur exemplar parcă ar vinde noutăți. Dar e suficient să facem abstracție de acest unic exemplar și să tratăm ziarul ca pe un mecanism social de lungă durată și se va contura un adevăr, - gazeta oferă societății un centru de gravitație socială. Și viziunile oamenilor asupra lumii, - susține A. Miroșnicenco, - se for-

mează și se coagulează datorită existenței acestor centre gravitaționale, asemeni rumegușului de metal adunate de puterea magnetului" [9].

5. Așadar, trei factori vor conduce la „decesul" presei *tipărite*.

Primul, –o b i ș n u i n ț a.

Generația care s-a născut în anii "80, începutul anilor "90 ai secolului trecut și care în anii "90 a mai trăit în atmosfera de familie, obișnuită încă să scoată dimineața ziarele și revistele din cutia poștală ca să parcurgă paginile cu privirea în timp ce servește cafeluța sau ...în drum spre serviciu, se distanțează treptat de această deprindere și trece într-o altă lume, cea a ...Internetului. Deci, se cristalizează o nouă ...obișnuință, o nouă deprindere. Și dacă generațiile, din câte cunoaștem, se succed după fiecare 30 de ani, atunci putem conchide, că cei născuți în anii "80, "90 ai secolului trecut vor mai păstra încă în memorie ...ziarul *tipărit.* Generațiile următoare vor uita de existența lui [10]....

I n t e r n e t u l – iată, deci, și *al doilea factor*, care va cauza dispariția presei tipărite. Dar mai corect, – tehnologiile multimedia, care „încorporează" informația într-un ambalaj digital. „Hârtia" este depășită datorită unui șir de parametri: operativitate, accesibilitate, caracter interactiv, flux continuu etc.

Și *al treilea factor*, – c r a h u l distribuirii presei *tipărite*, adică dispariția într-o scurtă perioadă de timp a sistemului organizat de distribuire a ziarelor și revistelor, sistem care mai funcționează doar atât cât mai este rentabil din punct de vedere financiar, adică cât mai apar ziarele și revistele într-un tiraj suficient să-și acopere cheltuielile tipografice și cât presa se mai vinde cu amănuntul într-un număr mare.

Distribuirea în formula de odinioară apune treptat... Și noi suntem deja martorii acestui proces: în chioșcurile de presă poți procura o ...cafeluță, bilete de loterie, jucării pentru copii, rechizite de birou, și tot mai puțin și mai puțin ...ziare și reviste.

6. Viitorul MIM aparține presei sintetice. Dar despre aceasta – într-un alt studiu.

Referințe bibliografice:

1. Vezi: *О традиционных СМИ. Передовая практика и перспективы:* 9-ая южнокавказская конференция СМИ, Тбилиси, Грузия, 11-12 октября 2012 г.: ОБСЕ. – 147 с.

2. Vezi:*Судьба печатной прессы в эпоху Интернета*: коллектив. моногр./ М.В.Загидуллина, С.И.Симакова, Л.Г.Александров, Л.Г.Свитич и др./ под ред. М.В.Загитуллиной, С.И.Симаковой. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. – 181 с.
3. Мирошниченко, Андрей. *Когда умрут газеты?* Москва«Книжный мир», 2011.-224 с.
4. *Vezi*: Costin Ionescu. INTERVIUL Mario Garcia: Peste 5 ani, publicitatea în ziarele tipărite va fi parte a unor pachete pe diverse platforme. - HotNews.ro, 17 martie 2009// http://economie.hotnews.ro/stiri-media_publicitate-5500038-interviu-mario-garcia-peste... ; Costin Ionescu. UPDATE Cum arată ziarele românești în ochii expertului în concept de presă Mario Garcia. – HotNews.ro, 2 aprilie 2009// http://economie.hotnews.ro/stiri-media_publicitate-5541977-update-cum-arata-ziarele....; Vlad Odobescu, Andrei Udișteanu. GARCIA: „Media trece printr-o schimbare istorică”// „Evenimentul zilei”, 2009, 2 aprilie// http://www.evz.ro/articole/detalii-articol/845755/GARCIA-Media-trece-printr-o-schimbare...
5. Vlad Odobescu, Andrei Udișteanu. GARCIA: „Media trece printr-o schimbare istorică”// „Evenimentul zilei”, 2009, 2 aprilie// http://www.evz.ro/articole/detalii-articol/845755/GARCIA-Media-trece-printr-o-schimbare...
6. *Vezi:*Georgeta Stepanov. *Consecințe negative ale tehnologizării proceselor de producere ziaristică*. În *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană,* Vol.VII. Coordonatori: Georgeta Stepanov, Mariana Tacu. – Chișinău, CEP USM, 2020, p.16-25
7. *Vezi:*В.В.Тулупов. *Бумажная пресса: сегодня и завтра*. În *Судьба печатной прессы в эпоху Интернета*: коллектив. моногр./ М.В.Загидуллина, С.И.Симакова, Л.Г.Александров, Л.Г.Свитич и др./ под ред. М.В.Загидуллиной, С.И.Симаковой. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018, p.110
8. Засурский, Иван. *Журналистика – улитка в поисках нового домика*// https://www.litres.ru/andrey-miroshnichenko/kogda-umrut-gazety/chitat-onlayn/ (accesat 17.02.2021)
9. https://litresp.ru/chitat/ru/M/miroshnichenko-andrey-aleksandrovich/kogda-umrut-gazeti/ (accesat 17.02.2021).

10. Studenții din 5 instituții de învățământ superior din Moscova au fost rugați să răspundă la o singură întrebare: Ce înțeleg ei prin cuvântul «подписка» (în română *abonament*). 54% din cei chestionați au răspuns "подписка о невыезде», 6% - «подпись под документом» și doar 40% au menționat că este vorba de abonare…