

Η διαβόητη κοινή γνώμη είναι μια ερωμένη που οι πολιτικοί την επιθυμούν φανατικά. Στο κυνήγι της, επιστρατεύουν κάθε δυνατό μέσο. Ένα από τα κυρίαρχα μέσα είναι ο Τύπος. Πολιτική, πολιτικοί και Τύπος βρίσκονται άλλοτε σε αντιπαλότητα, άλλοτε σε συμμαχία. Υπάρχουν πολιτικοί που άλλαξαν παράταξη, υπάρχει Τύπος που άλλαξε συμπάθειες.

Υπάρχουν συμφέροντα, ανασφάλειες. Πάντα με τον ίδιο στόχο. Την κοινή γνώμη. Διότι αυτή θα καταβάλει το τίμημα της αγοράς του έντυπου Τύπου, ή το κλικ στον ηλεκτρονικό, διότι αυτή θα κληθεί, όποτε κληθεί, να δώσει τις ψήφους της.

The Washington Post
The Washington Post

Δεν είναι απλώς χρήσιμη. Είναι απαραίτητη και στο κυνήγι της σαγήνης της, γίνονται τα πάντα. Τα θυμήθηκα όλα τούτα χαζεύοντας για λίγο πάλι το «The Post». Εκτιμώντας τι σημαίνει ρεπορτάζ, τι εννοούμε ως δημοσιογραφία, ή το ρόλο του διευθυντή και ασφαλώς πως εννοείται η παρουσία του εκδότη.

Αναφέρομαι στη γνωστή ιστορία της πρώτης δοκιμασίας της Washington Post, για το θέμα της δημοσίευσης μελέτης περί του πολέμου στην Ινδοκίνα, ευρύτερα γνωστό ως Pentagon papers . Το '71 αυτό, πριν, η εφημερίδα, ξεσκεπάσει το σκάνδαλο Watergate, το οποίο ως γνωρίζουμε ήταν εκείνο που οδήγησε τον πρώτο και τον τελευταίο, μέχρι στιγμής, πρόεδρο των Η.Π.Α., σε παραίτηση.

Κατόπιν έκανα μια βόλτα στο πάνθεο των Ελληνικών site. Δεν έχει και μεγάλη σημασία ποιο, σημασία έχει ότι θεωρείται κορυφαίο σε επισκεψιμότητα. Δηλαδή το προτιμά ο κόσμος, το επιθυμεί. Πρωί – πρωί λοιπόν, πρώτη – πρώτη είδηση, τη σοβαρότητα της οποίας κανείς δεν αμφισβητεί. Ούτε και την σκοπιμότητα της, επίσης:

«Στη Βουλή η μήνυση της χήρας Φ. κατά Δ., Τ., Σ., Ψ. και άλλων αξιωματούχων» (αναφέρεται στην φωτιά στο Μάτι και σκοπίμως αφήνω μόνον το αρχίγραμμα, δεν μας αφορούν τούτη τη στιγμή τα επώνυμα).

Λίγο πιο κάτω το ίδιο σοβαρά και με άλλη σκοπιμότητα:

«Τα οπίσθια της Κατ.Καρ. είναι σκέτο skyrocket»

Περνούν οι ώρες, ανεβαίνουν άλλα πρωτοσέλιδα θέματα, όπως:

«Εκρηκτική η κατάσταση στο hotspot της Μόρια - Αποχή των υπαλλήλων, 8.500 μετανάστες σε χώρο για 3.500», ενώ λίγο πιο κάτω: «Φτιάξε εύκολα σάντουιτς παγωτό» ή ακόμα: «Ποια Νικ.; Ο Γ.Μ. ξύπνησε ημίγυμνος αγκαλιά με την Κάντυ!»

Υπάρχουν, ασφαλώς και οι ειδήσεις του εξωτερικού δελτίου:

«Φόβος»: Ο δημοσιογράφος του Watergate ξεγυμνώνει τον Τραμπ». Ενώ ακολουθεί σε άλλο μοτίβο:

«Στη φυλακή πληθωρικό μοντέλο που έδειρε αστυνομικούς και μετά τους πρόσφερε σεξ για να... κάνουν τα στραβά μάτια!»

ή

«TOP 10: Οι πιο δημοφιλείς πορνοστάρ!»

Όλα τούτα και πολλά άλλα, ανάκατα. Αχταρμάς αληθινός, όπου βαρυσήμαντες πολιτικές αναλύσεις χορεύουν μαζί με περιγραφές οπισθίων, συνταγές μαγειρικής, τάχα ερωτικά κουτσομπολιά δήθεν επωνύμων, λίγο μπαλίτσα, λίγο αυτοκίνητο, πολύ «μάτι» και το αγόρι μου. Λαϊκίστικο ανάγνωσμα σε πολυτελές αμπαλάζ.

Και το πουλάνε αυτό το πράγμα. Βγαίνουν στην αγορά τα εμπορικά τσακάλια και μαζεύουν χρήμα. Υφαίνουν ιστορίες για το πόσο πρώτοι είναι, αραδιάζοντας στατιστικά, επί τοις εκατό, συν τόσο επί τόσο, πόσο συμφέρει τον πελάτη και τα τοιαύτα. Ο οποίος πελάτης βέβαια, δεν είναι κουτός, τη δουλειά του θέλει να κάνει και αυτός και ασφαλώς δεν θέλει το φαρμάκι του δυσारेστημένου siteάρχη.

Έτσι ή κάπως έτσι έχουν τα πράγματα σήμερα, και όχι δεν ήταν έτσι πάντα. Αυτή η ιστορία του φτηνού σε κόστος συντήρησης site, σε συνδυασμό με την βαθιά ύφεση έχει φέρει πρωτόγνωρες συνθήκες. Όχι ότι «παλιά» ήταν όλα όμορφα και ωραία. Όχι. Αλλά οι νησίδες σοβαρής δημοσιογραφίας, ήταν περισσότερες. Το πλήθος των ικανών και καθαρών δημοσιογράφων μεγαλύτερο.

Και οι εκδότες είχαν ένα κύρος, ένα ειδικό βάρος. Όπως π.χ. η κα K. Graham. Δώδεκα χρόνια, μετά το θάνατο της οποίας, η εφημερίδα της, η Washington Post, πέρασε στα χέρια του J. Bezos αντί του τιμήματος του ενός τετάρτου του δισεκατομμυρίου δολαρίων. Τον Οκτώβριο του 2013, αυτό. Τότε πουλούσε σχεδόν μισό εκατομμύριο αντίτυπα την ημέρα.

Βιώνουμε, ένα είδος μετάβασης. Διότι το μέλλον θα είναι ακόμα διαφορετικότερο, και ακόμα πιο φτηνό. Πάμε για σενάριο τύπου, Wild site Story. Και όπου βγει.