

Το δημοσιογραφικό ντιμπέι

Του ΤΑΚΗ ΚΑΜΠΥΛΗ

Ενα πολύ ξεχωριστό δημοσιογραφικό «ντιμπέι» εξελίχθηκε τα πρώτα χρόνια μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο, «μεταξύ» ενός Ιταλού και ενός Γερμανού δημοσιογράφου.

Ο Κουάλεμο Τζανίνι έκανε γεννηθεί στη Νάπολη και όπως οι περισσότεροι Ιταλοί εντάχθηκε στο κόμμα του Μουσολίνι από «οικογενειακή ανάγκη». Αλλάξε εγκαίρως στρατόπεδο και έγινε γνωστός στην Ιταλία ως παραγωγός του «ρόβου Τουρρού». Με την ανελευθέρωση εκδίδει το εβδομαδιαίο περιοδικό «L' Uomo qualunqu» («ο απλός άνθρωπος» ή ο «ανθρωπάκος»). Η συνταγή ήταν απλή: Εναντίον όλων των ελίτ και των πολιτικών κομμάτων που καταδυναστεύουν τον «απλό άνθρωπο». Το περιοδικό θα γινόταν μεγάλο επιτυχία και από αυτό θα γεννηθεί, με τον ίδιο επικεφαλής, το κίνημα του «κοινωνικού» που σε λίγα χρόνια θα εξελαθεί σε πολιτικό κόμμα και σε άλλα λίγα χρόνια, αφού ελασφαρίσει έδρες στη Βουλή, θα φθάσει το ίδιο στάδιο όσα γεννηθήκα. Ο Τζανίνι πεθαίνει ξεκαθμένος το 1960. Την ίδια περίοδο στη Γερμανία ο Ρούντολφ Λουγκτάνι αγοράζει από τις συμμαχικές δυνάμεις καταχτά ένα περιοδικό που θα γίνει ο «καθρέφτης» μιας άλλης δημοσιογραφίας. Το «Spiegel» θα είναι σκληρό με την εξουσία, αλλά πάντα σε ανεγκλιμένα ζητήματα και σχεδόν πάντα με τεκμηριωμένα ρεπορτάζ.

Αυτό το δημοσιογραφικό «ντιμπέι» ανάμεσα στον λαϊκισμό και στην τεκμηρίωση συνεχίστηκε (-ζήτη) από άλλους και με άλλους τρόπους, αλλά οι δέσμες παραμένουν λίγο πολύ οι ίδιες.

Όσο τα μέσα αποκτούσαν πρόσβαση σε μεγαλύτερο ακροατήριο (με το ραδιοφωνικό και την τηλεόραση) τόσο πιο έντονα διαγραφόνταν η νίκαι της μιας πλευράς. Το δημοσιογραφικό «αυγό του Κολόμβου» πιστοποιεί ότι «σοβαρότητα και εμπρομική» δεν συμβαδίζουν. Η απονομοκοποίηση του σύγχρονου «κοινωνικού» έγινε με τα νούμερα της τηλεθέσης και ιδεολογικοποιήθηκε με την ανακάλυψη της «κοιτης γνώμης». (Αν και οι ειδικόι επισημάνουν ακόμη συζητούν για το πόσο θολά είναι η έννοια «κοιτη γνώμη» ή αν υπάρχουν περισσότερες ή και καμία (Μπουρντέ), τέτοιο διλήμμα δεν υφίσταται για ένα μεγάλο κομμάτι της ελληνικής δημοσιογραφίας).

Η ελληνική εκδοχή αυτής της δημοσιογραφικής «αντιπαράθεσης» (Κοινωνικός εναντίον Σπινγκελ) είχε την τιμητική της στο πρόσφατο ντιμπέι των έξι πολιτικών αρχηγών.

Η περασμένη Δευτέρα είχε σε ταυτόχρονη live μετάδοση και τη δημοσιογραφική της τηλεμαχία ανάμεσα σε δύο σχολές:

Η τεκμηριωμένη, σοβαρή πλευρά, που δύσκολα θα βγάλει τίτλο-σπόνθηρα, όμως θα ανέβει τον πήχυ της κρισης. Η δημοσιογραφία που γνωρίζει ότι ναι, είναι πιασάρικο (και όντως σοβαρό) το θέμα της φορολογίας των γονικών παροχών, αλλά επίσης γνωρίζει ότι από αυτό δεν εξαρτάται η επιτυχία μιας οικονομικής πολιτικής. Ετσι, στην κορυφαία στιγμή της

Info

• **Πιερ Μπουρντέ**, «Κείμενα κοινωνιολογίας», Αθήνα 1994, εκδ. Δελφίνι

• **Pierre Milza**, «Οι μελανοχίτωνες της Ευρώπης», Αθήνα 2004, εκδ. Scripta

• **Τζέιμς Κάρον**, «Μέσα επικοινωνίας και εξουσίας», Αθήνα 2005, εκδ. Καστανιώτης

• **Ρουτίλντ Βαρβανά**, «Εθελούγες και επικουμωιά στη Μεταπολίτευση», Αθήνα 2006, εκδ. Σαββάλας

• **Τζον Τόρσον**, «Πολιτικά σκάνδαλα στην εποχή της εικόνας», Αθήνα 2004, εκδ. Καστανιώτης

• **Ραϊνάλτ Σαμπρανε**, «Η κατασκευή της Κοινής Γνώμης», Αθήνα 2002, εκδ. Πατάκης

Οι πόροι υπάρχουν, αλλά δεν επενδύονται στην αναζήτηση νέας πρότασης. Ξαναμπαίνουν στο αντιπαραγωγικό σεντούκι του χθες.

προεκλογικής πολιτικής αντιπαράθεσης επένδυει και θέτει το μείζον διερευνώντας την ανταπόκριση των έξι πολιτικών στο μέγεθος του προβλήματος. Αυτή η σχολή εκφράστηκε (π. χ.) από τον Πάβλο Τοϊμά.

Η άλλη σχολή ήταν αυτή που ξεκίνησε με ερωτήσεις του τύπου «φρατίνε στις δημοσκοπήσεις;» (θα ακολουθούσε απάντηση του ενός λεπτού) και κορυφώθηκε με τις ερωτήσεις στον πρώτο οικολόγο πολιτικό σε ντιμπέι Νίκο Χρυσόγελο για το «Μακεδονικό!»

Είναι μια δημοσιογραφία που όλα και περισσότερο βολεύεται σε στερεότητα παρά ανταποκρίνεται, παραμυθίζεται στις συνθήκες. Απέ-

ναντι της ένας μάλλον άγνωστος στο ευρύ κοινό νέος πολιτικός και το πρώτο που ενδιαφέρει είναι η άποψή του για τη μακεδονική μενονιότητα;

Ο δημοσιογραφικός στόχος του ντιμπέι είναι η δημόσια διερεύνηση του προσώπου και των απόψεών του απέναντι στους Έλληνες πολίτες. Αλλά η «δημοσιογραφία του Μακεδονικού» έχει άλλο στόχο. Τον ίδιο με τα καθημερινά θελτικά εισησών των περισσότερων καναλιών. Κοινωνίες, επαγγελματίες, έπαρση και παραγοντισμός. Ενοποιητικό στοιχείο, ο κυνισμός: «Αυτό θέλει ο κόσμος». Πού να τον μπέουμε τώρα π. χ. στην παλιά αντίθεση των Οικολόγων στην κατασκευή του μετρό της Αθήνας. Αλλάστε χρειάζεται να το ξέρετε το θέμα για να το κερδίσει. Ενώ με το «Μακεδονικό» τα έχει όλα. Τι κι αν κρατάς τον πήχυ της δημόσιας συνύψισης δέσμιο στην οκνηρία του στερεούτυπου;

Οι περισσότεροι συνάδελφοι προτίμησαν τη σιγή της «λευκής ταϊνής» σαν αυτή που είχε τοποθετήσει η ΕΡΤ στο «Μακεδονικό» της πολιτικής τηλεθέσης στον μεταξύ μας αγώνα μάσκα. Η αναζήτηση της πληροφορίας υποκαθίσταται από την πρόκληση (προσμονή) της (οποιοδήποτε περιεχομένου) αντίδρασης.

Το θέμα γίνεται πιο σύνθετο επειδή, όπως-όσο και ευαγέρο-υποστηρίχεται, στην Ελλάδα το δημοσιογραφικό αδιέξοδο δεν είναι άσχετο του αντίστοιχου πολιτικού.

Ενα χαρακτηριστικό παράδειγμα (το πιο πρόσφατο) αποτελεί γνωστός ραδιοσταθμός - και οι ομοϊστίτες του με το ψευδοθέλιο Επικρατείας της Ν.Δ.

Ενας σταθμός που παρήγαγε, είχε την τύχη εν μέσω κρίσης να μεταβιβασθεί σε έναν ισχυρό οικονομικό παράγοντα. Το νέο πρόγραμμα ετοιμάστηκε. Αλλά η νέα

δημοσιογραφία και πρόταση του σταθμού ήταν η παλιά!

«Όπως τότε» διαφημίζει ο σταθμός και παραμένει στο προ-2008 πρόγραμμά του.

Με τους ίδιους δημοσιογράφους (αυτό δεν είναι πρόβλημα), στους ίδιους ρόλους (αυτό είναι πρόβλημα) - ακυρώνει την εμπειρία τους. Η ελληνική δημοσιογραφία βιώνει τόσο τραυματικά το αδιέξοδό της που καταφεύγει στο χθες. Σχεδόν αυτοκαταδικάζεται στην ακνησία αλλά και την προήθηθεια για τους ακραίες.

Τι κι αν αυτή η επιλογή απέτυχε - χαρακτηριστικές οι προσπάθειες του Μαστοράκη να επαναφέρει στο '90 συνταγές του '60.

Οι πόροι (ανθρώπινοι και οικονομικοί) υπάρχουν, αλλά δεν επενδύονται στην αναζήτηση νέας πρότασης ούτε στην καινοτομία ή στην πειραματισμό ούτε στην αναζήτηση. Ξαναμπαίνουν στο αντιπαραγωγικό (μα και βολικό) σεντούκι του χθες.

Με την ίδια διαδικασία και τα ίδια αδιέξοδα τροφοδοτείται και το πολιτικό σύστημα, με πιο πρόσφατο παράδειγμα το εμπόδιο ψευδοθέλιο Επικρατείας της Ν.Δ.

Το μόνο παρήγορο-πάντως για τη δημοσιογραφία - είναι πως ο Τοϊμά διαφεύγει το «αυγό του Κολόμβου»: Αν και σοβαρός, παραμένει επίσης ένας ακριβοπληρωμένος δημοσιογράφος. Αλλά δεν το κάνει θέμα. Μόνο τη δουλειά του.



ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΗ: ΜΑΝΟΣ ΣΥΜΕΩΝΑΚΗΣ