

Una ricerca sul nuovo giornalismo

Una ricerca, commissionata di recente dall'Ordine dei giornalisti della Lombardia al sociologo Enrico Finzi, indagherà sui cambiamenti degli ultimi tre anni nel flusso di notizie off e on-line e sugli scenari prossimi venturi: quali saranno i nuovi target e su cosa vorranno essere informati i lettori, in un continuo scambio di dati tra giornali cartacei e Internet. Ecco, di seguito, alcune anticipazioni.

- ➔ Il mondo corre davvero veloce: in pochi anni sono di molto cambiati i modi con cui gli italiani si procurano le informazioni e i commenti sull'attualità. La tecnologia sta allargando moltissimo le opportunità a chi è predisposto a interagire con essa.
- ➔ Le fonti di informazioni "nuove" non scacciano quelle tradizionali, ma si aggiungono a esse, costringendole però a specializzarsi, a darsi un ruolo meglio definito nel panorama dei media.

➔ La rivoluzione tecnologica in atto e la crisi economico-sociale stanno cambiando anche i bisogni dei fruitori/lettori/ascoltatori. Crescono le domande di veridicità, utilità, facilità, rapidità, contano molto quelle di eticità e comprensibilità, restano potenti ma spesso deluse quelle di selezione e di approfondimento.

Ciò determina, più che in passato, forti aspettative nei confronti di un nuovo giornalismo, dove la formazione dei professionisti deve essere permanente, la loro competenza e la loro professionalità devono essere certificate, l'eticità controllata: il tutto con funzione di filtro, non di censura, per aiutare il fruitore a orientarsi nel gran mare di un'offerta esorbitante.

➔ L'utilizzo del termine "giornalista" diventa sempre meno valido in quanto sostantivo maschile: non solo, infatti, risultano sempre più numerose le giornaliste donne, ma cresce anche il loro apprezzamento. Il 33% delle persone sottoposte a sondaggio mostra di preferire le giornaliste in termini di serietà, affidabilità, competenza, attenzione ai soggetti deboli, ecc.

Anche i rischi crescono; la ricerca ne segnala almeno tre:

- ➔ la sovrabbondanza dell'offerta sembra non aiutare a comprendere la situazione;
- ➔ la TV stessa può risultare marginalizzata, dal momento che già ora ha perso la leadership per ciò che riguarda alcune caratteristiche importanti per l'informazione. Anche la stampa meglio posizionata, nello scontro/incontro col web, rischia di perdere alcuni dei suoi punti di forza negli ambiti non investiti dalla tecnologia;
- ➔ i giornalisti devono alzare il livello etico e professionale delle loro prestazioni: un compito reso arduo spesso da limiti personali, più spesso da un'organizzazione del lavoro e da redditi penalizzanti oltre che da forti pressioni esterne.

