



"Professione i Reporter"

More Than Zero Crossmedia Festival

Palazzo Affari ai Giureconsulti

Milano, 26 novembre 2009



prof. Marco Marsili
Università degli Studi dell'Insubria



Citizen journalism

Una professione “fluida”



- Il grande giornalista americano Walter Lippmann (vincitore due premi Pulitzer 1958 e nel 1962), definì quella giornalistica **una professione “fluida”**, ovvero sui generis, **alla quale può accedere praticamente chiunque, senza particolari requisiti.**
- Oggi, con l’avvento delle piattaforme partecipative in Rete, questa definizione è ancora più attuale.



La piazza virtuale



Socializzazione dei contenuti

- L'innovazione è un fattore primario, che trova la sua principale applicazione nelle attività connesse alla Rete, dove si fonde con le **nuove forme di partecipazione**, che stimolano la collaborazione nella creazione e organizzazione di iniziative, nelle quali la **produzione dei contenuti viene "socializzata"** attraverso meccanismi partecipativi, quali i blog e i social network, che, nel settore dell'informazione, danno origine al fenomeno del citizen journalism.

Il citizen journalism

- **Il citizen journalism è una forma di giornalismo in cui i cittadini giocano un ruolo attivo nel processo di raccolta, analisi e diffusione di notizie e informazioni.**
- Sicuramente un'iniziativa meritoria, quantomeno sotto il profilo dell'opportunità e del pluralismo dell'informazione, ma non è auspicabile, a meno di non dotarsi di una struttura che corrisponda ai canoni che ne garantiscano e ne certifichino la correttezza e la credibilità.





Dal web 1.0...

- La prima fase di Internet (1998-2001), il “web 1.0”, consisteva nella pubblicazione a senso unico, animata da alcune zone di interattività (forums, chat, commenti).



...al web 2.0

- La successiva scoperta che il **coinvolgimento dei lettori** diventa una **componente essenziale dello sviluppo del media online** e della sua credibilità, **dà vita ai blog, agli user generated contents, al giornalismo dal basso (citizen journalism)**, e ne fa il principio base dei siti partecipativi (2002-2005).

Interazione e reti sociali



Il web 2.0 rappresenta infatti una possibilità di interazione sociale e di scambio attraverso strumenti e servizi diversi e facilita la costituzione di reti sociali.



Identità digitale e partecipazione

- La terza fase del web consiste nell'acquisizione della consapevolezza della propria **identità digitale**, che mette **al centro la partecipazione del lettore**, divenuta una componente della sua identità binaria.
- Le scelte del lettore, le sue opinioni, il suo comportamento sul web, lo impegnano in **una rete complessa di relazioni sociali online**.
- Questo dà vita alle **reti sociali**, al “behavioral targeting” (la costruzione del target, attraverso il comportamento online).

Condivisione della conoscenza

La Rete è divenuta, di fatto, un immenso hard disk (Google – il primo motore di ricerca al mondo - conserva le informazioni in più di 50.000 server sparsi per il mondo).



Internet è diventata una piattaforma per trasferire e condividere risorse, informazioni e conoscenza.



Knowledge workers

- **Un tempo la produzione di notizie era riservata a pochi** (i giornalisti), così come poche erano le categorie di persone dedite a professioni intellettuali nell'ambito della produzione di conoscenza (knowledge workers).
- Oggi il giornalista deve farsi apprezzare non più come **membro di un'élite che possiede i codici di accesso al mondo delle informazione**, ma come punto di riferimento dinamico in un mondo dove sempre più informazioni sono a disposizione istantaneamente di tutti (mercato perfetto).

Ognuno è un medium





Diritti dei nuovi newsmaker

- Le nuove figure che si sono affacciate in Rete (i blogger), inizialmente con il solo scopo di diffondere le proprie esperienze personali, reclamano il diritto di fare informazione, e di essere ammessi a pieno titolo nel novero di coloro che, fino a poco tempo fa, avevano il monopolio dell'informazione (i giornalisti).
- I giornalisti, sempre più content producer multimediali, devono essere affiancati da una rete di neofiti (blogger divenuti citizen journalists), corrispondenti in grado di assicurare la copertura di un evento a qualsiasi distanza.



Internauti come giornalisti?

- Nessuno si attende che gli internauti diventino giornalisti; si spera piuttosto che essi aiutino i giornalisti a fare meglio il loro lavoro, come accade nel sistema dei corrispondenti locali della stampa quotidiana regionale: persone che non sono giornalisti di mestiere, ma che producono una informazione “di prossimità”.

UNIVERSITÀ



I blogger

- I blogger, ad esempio, sono persone che solitamente raccontano quello che accade loro personalmente, nella loro quotidianità, fortemente radicata, per lo più, al territorio.
- **Il blog rappresenta una porta di accesso al giornalismo. In altri casi favorisce lo sviluppo di nuovi modelli come quello del citizen journalism.**



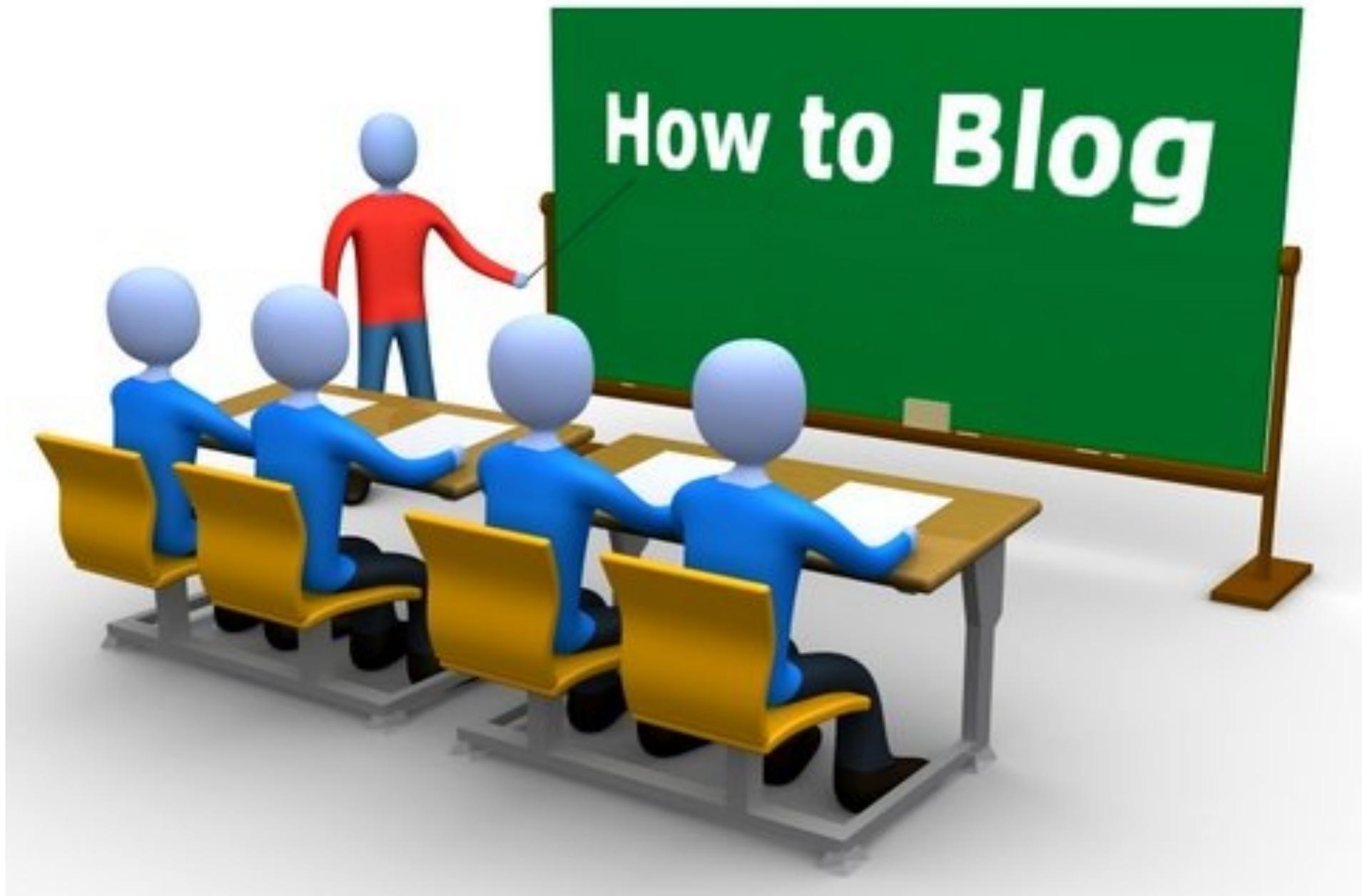
I blog sono fonti di notizie?

- Blog e social network sembrano entrati in una nuova fase: quella della **complementarietà con i media tradizionali, con i quali tendono ad integrarsi.**
- Si sta creando **una circolarità tra i giornali e i blog**, alcuni dei quali vengono ospitati su portali di grandi testate, e spesso forniscono ai giornalisti spunti per servizi che sfuggono ai media “ufficiali”.



Da blog a magazine

- Le pagine “personali”, quei diari online che univano creatività e desiderio di dar vita a una comunicazione diversa, libera da vincoli editoriali, sono quasi sparite, sostituite da veri e propri magazine, gestiti da giornalisti che si sono appropriati del mezzo per migliorare la propria immagine professionale, o da esperti di marketing che lo sfruttano per intercettare gusti e tendenze del popolo della Rete.





Blog → editoria tradizionale

- Il mondo dei blog è avviato verso una **fase di strutturazione che lo porterà verso una sempre maggiore integrazione nel mondo dell'editoria**: i blog non sostituiranno completamente i media tradizionali e tenderanno a consolidare il proprio ruolo di media di nicchia **con forti potenzialità di condizionamento dell'opinione pubblica.**

Attendibilità dell'informazione dal basso

**Vero
o
falso?**



Attendibilità dei blog come fonti di notizie

- Tuttavia, nonostante l'uso dei blog come fonte di informazione sia piuttosto diffuso (più della metà dei giornalisti li legge), ma la loro **credibilità** viene giudicata **molto bassa**.
- Il timore è di essere penalizzati dall'uso di fonti anonime.
- La ragione per cui i giornalisti leggono i blog è in relazione, nella maggior parte dei casi, al proprio lavoro. In particolare, vi è **la necessità di trovare storie e idee originali, di cercare riferimenti e di trovare nuove fonti**.



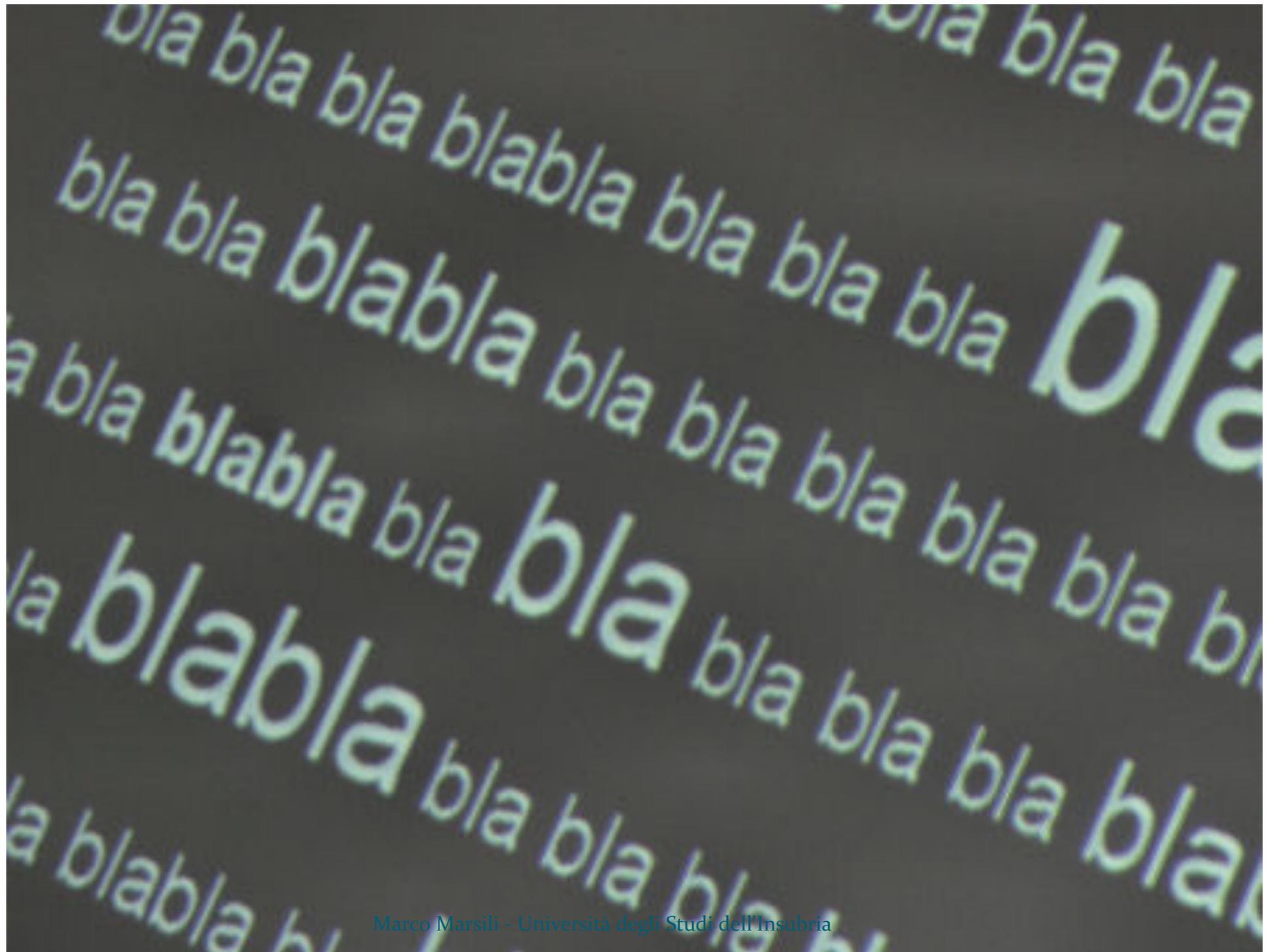
Blogger vs. giornalisti

- Anche se il blog è diventato uno strumento di comunicazione di massa, **il conflitto tra blogger e giornalisti è dovuto alla mancata fiducia che alcuni lettori ripongono nel modo in cui le notizie vengono riportate dai media tradizionali.**
- E quindi le riprendono aggiungendo i loro commenti, criticando e facendone notare le mancanze o la faziosità.



Fiducia nel citizen journalism

- Di certo i blog, a volte, funzionano come il giornalismo di inchiesta e di denuncia, e riescono ad essere più efficaci perché possono permettersi di essere più spregiudicati rispetto ai media tradizionali, ma talvolta proprio la loro spregiudicatezza **rischia di genere un'informazione non veritiera, che una volta inseritasi nel tam-tam dei blog si diffonde istantaneamente e senza controllo**, rendendo molto difficile l'individuazione della fonte primaria.





Attendibilità delle notizie

- La creazione di un sistema di informazione libera e plurale, sul modello di Wikipedia (ma soggetta ad un rigido meccanismo di controllo), va incontro alle esigenze degli stessi utenti/lettori.
- Tuttavia, la stessa Wikipedia (che ha lanciato anche il progetto di citizen journalism Wikinews) contiene un elevato tasso di errore, che, proprio per questo motivo, ne fa **una fonte di informazione non attendibile**.



Criticità del citizen journalism

- Concepire un progetto giornalistico, secondo la filosofia del web 2.0 (così definito nel 2004 da Tim O'Reilly, per indicare “un atteggiamento più che una tecnologia”), affidandosi solo a contenuti generati dagli utenti, potrebbe rivelarsi una forte delusione per i suoi promotori, e fonte di guai giudiziari, in un settore ipernormato.



Vecchi e nuovi media

- L'avvento del citizen journalism si scontra con il tradizionale sistema organizzativo ed economico dell'editoria dell'informazione a livello globale, con tutto il bagaglio di interrogativi sulla professionalità e sui codici deontologici che ne derivano.
- Produrre un'informazione credibile, secondo i canoni del giornalismo, si rivela un'impresa più difficile del previsto per i citizen journalists.



Strumenti operativi

- La formazione di questi inviati della Rete (generalmente in origine blogger), deve essere assicurata dai professionisti, e deve coinvolgere le scuole, le università, le organizzazioni imprenditoriali, e gli ordini professionali, altrimenti si rischia di perdere il controllo dei meccanismi di produzione di una notizia, e, conseguentemente, della credibilità della testata.



Criteri del giornalismo

- Verifica delle fonti, appropriatezza del linguaggio, stile, correttezza dell'informazione, continenza, sono alcune delle caratteristiche di una notizia, dalle quali non è possibile prescindere, oltre alle specifiche dettate dalle peculiarità della pubblicazione sul web.



Qualità dell'informazione

- Mentre il reclutamento di persone disposte a produrre contenuti, sotto il coordinamento di un direttore responsabile, può rivelarsi un'operazione di successo, non necessariamente si verifica una corrispondenza tra citizen journalist e qualità dell'informazione prodotta.
- Serve consuetudine con i meccanismi di scrittura (soprattutto in Rete), e pratica, oltre ad una buona dose di conoscenza delle norme che regolano questa attività.

Potere, gerarchia e sviluppo

VS.

collaborazione, organizzazione e innovazione

- Inoltre, non è detto che i neo-giornalisti, così reclutati, siano disposti a sottostare docilmente alle direttive impartite da un superiore.
- I meccanismi dei social network, infatti, stimolano la voglia di protagonismo e l'ego degli utenti, incentivati a condividere i contenuti da loro prodotti con altri internauti, solo per il gusto di soddisfare il proprio narcisismo.



Formazione dei citizen journalists

- La formazione (training on the job) di queste figure di neo-giornalisti è fondamentale, sia per la loro crescita professionale, sia per la credibilità del giornale, che deve fornire ai propri lettori un'informazione che corrisponda agli standard qualitativi degli utenti.



Il futuro dell'informazione

- I giornali del futuro saranno veramente diversi, e saranno più ancora redditizi di prima, se abbracceranno i cambiamenti e le innovazioni senza perdere di vista il cuore e l'anima della loro attività: il giornalismo.
- L'informazione sta cambiando, ma quello del giornalista resta un mestiere: raccontare, verificare.

A large pile of crumpled newspaper and paper, with various words and phrases visible, such as 'ambiti', 'come', 'Maddria', 'Dra pasticci', and 'Grazie'. The word 'Grazie' is prominently displayed in the center in a large, bold, red font.

Grazie

LAVOCE

IL PRIMO QUOTIDIANO INDIPENDENTE ON LINE

