

GIORNALISMO COSTRUTTIVO

Il giornalismo del 2022 sarà orientato alle esigenze dei lettori e delle lettrici

di **Assunta Corbo** - giornalista, autrice e Founder Constructive Network

Come sarà il giornalismo nel 2022? Questa domanda si è fatta strada nelle ultime settimane tra gli esperti di informazione di tutto il mondo. Tra riflessioni e ricerche si è cercato di raccontare i *trend* che caratterizzeranno la professione giornalistica nell'anno appena iniziato. **Dove sta andando l'informazione e, soprattutto, dove è bene che vada?**

Tra le riflessioni interessanti, alcune riguardano i lettori e le lettrici. Dmitry Shishkin, consulente digitale indipendente e nel board del World Editors Forum, afferma che nel corso del 2022 sempre più redazioni di media passeranno a modelli di creazione contenuti incentrati sulle esigenze degli utenti. Shishkin aggiunge che il successo reale dell'editoria digitale si verifica quando vengono attivati due elementi:

- **il focus:** necessario per distinguersi rispetto all'informazione che viene proposta *main stream*. Le nuove tendenze dell'informazione guardano alle nicchie e ai target ben definiti.
- **la qualità:** fondamentale per costruire fiducia e credibilità nei lettori. Fino a qui, la qualità non è sempre stata rispettata. Ora occorre farlo.

Prima vengono identificate con chiarezza le **esigenze del proprio pubblico** e prima è possibile iniziare a produrre **contenuti specifici**. Ricordando sempre, sottolinea Shishkin, di puntare su creatività, strategia e coerenza. Per rendere tutto più chiaro, il concetto è: creare contenuti utili per i nostri lettori e le nostre lettrici partendo dall'ascolto. La sfida vera del giornalismo, infatti, è quella di smettere di predicare e concentrarsi sull'ascolto. È così che si possono intercettare necessità ed esigenze del pubblico.

Anche Corinne Podger, direttore della The Digital Skills Agency, porta l'attenzione sui lettori e sulle lettrici. Dal canto suo afferma che nel 2022 si comincerà a **smettere di chiamarli "pubblico" per cominciare a chiamarli "comunità"**. Un cambiamento molto forte che fa percepire il cambio di rotta rispetto a come oggi si muove l'informazione.

«Osservo due grandi gruppi di redazioni – afferma Podger -

quelle che interagiscono attivamente

e consultano i lettori prima di produrre

*su contenuti, formati e prodotti
e quelle che ancora non lo fanno».*

Chi ha la meglio? I primi naturalmente. Sono loro, infatti, a creare una forte relazione di fiducia con il pubblico.

Mettendo a fuoco queste considerazioni emerge un concetto su cui si basa il giornalismo costruttivo che sostengo: **occorre tornare al senso di giornalismo come servizio pubblico**. Questo significa, semplicemente, **rispondere alle esigenze della comunità**. In pratica, significa cambiare punto di vista prima di mettersi al lavoro per produrre notizie.

