

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di laurea magistrale in

SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE

Networked Journalism: informazione e social media

Tesi di laurea in

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Relatore Prof: Saveria Capecchi

Correlatore Prof. Pina Lalli

Presentata da: Fortunato Azzarà

Sessione

seconda

Anno accademico

2013-2014

Con lo sviluppo delle tecnologie e l'avvento dei social media, le possibilità offerte alla società per la creazione e diffusione di informazioni sono notevolmente cambiate, aprendo nuovi scenari all'interno del panorama mediatico e stravolgendo i paradigmi fondativi del giornalismo.

L'obiettivo di questo elaborato è quello di analizzare le fasi del cambiamento in atto e compilare un resoconto su alcuni modelli di giornalismo che attualmente spiccano e caratterizzano il mondo dell'informazione online.

Il percorso seguito prevede un resoconto sullo sviluppo dei processi informativi in rapporto all'evoluzione dei mezzi di comunicazione, dall'invenzione della stampa ai dispositivi mobili; l'analisi delle piattaforme più rappresentative del web partecipativo e gli strumenti sviluppati in seguito al passaggio dal web statico (1.0) al web dinamico (2.0), dal blog, che per primo ha permesso, in modo significativo, alle persone comuni di prendere parola, fino ai *Social Networking Sites*.

Vedremo come cambia il ruolo dei giornalisti, delle redazioni e dei lettori, i quali passano dall'essere semplici consumatori di informazione a veri e propri *Prosumer*.

Analizzeremo i più comuni metodi di ingresso e di coinvolgimento all'interno del web da parte dei professionisti, nonché i portali di *Citizen Journalism* che rappresentano il cambiamento in atto nel rapporto tra i cittadini e il sistema mediatico come supporto all'informazione.

Le conseguenze di questi cambiamenti, all'interno del mondo dell'informazione, sono sia di carattere qualitativo che quantitativo. Soprattutto il seguito alla nascita dei social network, la diffusione delle informazioni su Internet è cresciuta in modo esponenziale.

La necessità di fornire una gran quantità di notizie in tempi estremamente brevi ha alimentato la logica del *picking* (to pick: rubare) che consiste nel riproporre informazioni generate da altre fonti senza cambiare il contenuto o modificandolo solo in parte, a volte senza neanche citare la fonte. Inoltre la possibilità di condividere istantaneamente informazioni e aggiornamenti sugli avvenimenti mondiali, fa sì che il numero di notizie in circolazione sia sempre maggiore. Se in passato i giornalisti dovevano scegliere i luoghi e i tempi per studiare e creare le notizie, oggi, grazie alle peculiarità della rete, ciò non è più vero. Questi due aspetti sono solo alcuni dei motivi che hanno generato il problema dell'*Information Overload*.

Al riguardo il pensiero qui esposto sostiene che per cercare di risolvere questo problema non si dovrebbe porre l'attenzione sull'eccessiva mole di dati presenti in Internet, quanto sulla mancanza di filtri che ne regolano il flusso. Una soluzione potrebbe essere un futuro mondo dell'informazione popolato da giornalisti *freepress*, che puntino sul *crowdsourcing* e sul *Citizen Journalism*, poiché appare sempre più evidente che si può fare informazione anche senza sostenere i costi di una redazione giornalistica.

Sostenere costi e visioni delle redazioni giornalistiche vuol dire avere la necessità di ottenere un grosso tornaconto finanziario. Questo è il principale motivo della grande mole di contenuti poco informativi pubblicati su Internet da parte delle testate giornalistiche. Senza le organizzazioni editoriali verrebbe meno la necessità di pubblicare centinaia di articoli per attirare i click e di bombardare il web con relink, post e tweet, o quanto meno si ridurrebbe in modo significativo.

L'utilizzo dei social media per diffondere le notizie è una realtà interessante e funzionale, semplicemente dietro questo modo di gestire le notizie dovrebbe esserci la volontà di fornire una informazione corretta e di qualità e non di attirare i click per aumentare gli introiti pubblicitari.

Bibliografia

- Arvidsson A., Delfanti A., *Introduzione ai media digitali*, Bologna, Il Mulino, 2013
- Bennato D., *Sociologia dei Media Digitali*, Bari, Editori LaTerza 2011
- Castells M., *La nascita della società in rete*, Milano, Università Bocconi, 2008
- Castells M., *Comunicazione e potere*, Milano, Università Bocconi, Milano, 2009
- Coaloa R., “Giornalismo, propaganda e censura nella Prima guerra mondiale” in G. La Rosa (a cura di), *L'inizio della Fine. La Prima Guerra Mondiale e le sue conseguenze sulla storia d'Europa tra pensiero politico, istituzioni e cultura*, European Press Academic Publishing, 2006.
- Dessi G., “Opinione pubblica e democrazia: il contributo di Walter Lippmann”, in F. Rimoli, G. Salerno (a cura di), *Conoscenza e potere. Le illusioni della trasparenza*, Roma, Carocci. 2006
- Granieri G., *La Società Digitale*, Bari, Editori LaTerza, 2006
- Habermas J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Bari, Editori Laterza, 2006.
- Jones A. S., *Losing the news*, Oxford University Press, New York, 2009
- Lippmann W., *L'opinione pubblica*, Roma, Donzelli Editore, 2004.
- Maistrello S., *Giornalismo e nuovi media. L'informazione al tempo del Citizen Journalism*, Milano, Apogeo, 2010
- Mascio A., *Virtuali Comunità*, Edizioni Guerini scientifica, Milano, 2008
- Pratellesi M., *New Journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale*, Milano, Bruno Mondadori, 2008
- Russell A., *Networked: A contemporary History of News in Transition*, Cambridge, Polity Press, 2011
- Sartori G., *Homo Videns*, Bari, Laterza, 2009
- Sofi A., “Un nuovo giornalismo s'intreccia nella Rete: l'informazione nell'era dei blog” in C. Sorrentino (a cura di), *Il campo giornalistico. Nuovi orizzonti dell'informazione*, Roma, Carocci, 2006.