

Il giornalismo digitale

Una prospettiva sociologica

Luca Serafini

Carocci editore  Studi Superiori

1^a edizione, giugno 2024
© copyright 2024 by Carocci editore S.p.A., Roma

Realizzazione editoriale: Fregi e Majuscole, Torino

Finito di stampare nel giugno 2024
da Grafiche VD srl, Città di Castello (PG)

ISBN 978-88-290-2738-5

Riproduzione vietata ai sensi di legge
(art. 171 della legge 22 aprile 1941, n. 633)

Senza regolare autorizzazione,
è vietato riprodurre questo volume
anche parzialmente e con qualsiasi mezzo,
compresa la fotocopia, anche per uso interno
o didattico.

Con il passaggio su *internet* dei processi di produzione, diffusione e ricezione dell'informazione, la sociologia del giornalismo è andata incontro a una significativa rielaborazione del proprio apparato concettuale. Numerose teorie, come quelle del *gatekeeping* e dell'*agenda-setting*, sono state infatti ampiamente aggiornate e ridefinite. Allo stesso tempo, diversi termini coniat per rappresentare le caratteristiche della società digitale, per esempio *network society* e *platform society*, hanno trovato applicazione anche negli studi sul giornalismo.

Il volume offre una vasta panoramica degli approcci sociologici al giornalismo digitale, analizzando la loro connessione con le pratiche concrete di chi – si tratti di redazioni strutturate o di realtà editoriali e nuove professionalità emergenti – fa informazione sul web. Viene quindi approfondito l'impatto delle tecnologie digitali, dei social media e dell'intelligenza artificiale sulle dimensioni istituzionali, economiche, sociali, normative e valoriali della professione giornalistica. In questo modo, si fa luce non solo sul rapporto fra il passato e il presente, ma anche sulle tante sfide che la fase attuale della trasformazione digitale pone al futuro del giornalismo.

Luca Serafini è assegnista di ricerca in Sociologia della comunicazione all'Università degli Studi di Napoli Federico II e insegna all'Università di Roma LUMSA. Iscritto all'Albo dei giornalisti, è stato caporedattore della testata "TPI – The Post Internazionale". Tra le sue pubblicazioni: *Fact-checking. Epistemologie e pratiche informative: un'analisi sociologica* (con G. Zagni; FrancoAngeli, 2024).

Indice

Introduzione	II
--------------	----

Parte prima Teorie e concetti

La nascita del giornalismo digitale	21
-------------------------------------	----

Storia del giornalismo digitale	22
---------------------------------	----

Giornalismo tradizionale, giornalismo online, social media	31
--	----

Il giornalismo partecipativo tra talk show e social TV	36
--	----

La teoria culturologica e le sfide del digitale	40
---	----

Il giornalismo nella network society	45
--------------------------------------	----

I nuovi media e il mutato contesto del giornalismo	46
--	----

L'ambiente online tra interattività e citizen journalism	50
--	----

L'evoluzione delle audience digitali	53
--------------------------------------	----

La network society e il network journalism	57
--	----

La piattaforma del giornalismo	63
--------------------------------	----

Il concetto di platform society	64
---------------------------------	----

3.2.	Il capitalismo delle piattaforme e la teoria critica di internet	67
3.3.	Il giornalismo nella platform society	70
4.	Giornalismo digitale: un mutamento epistemologico	79
4.1.	I nuovi confini del campo giornalistico	79
4.2.	Il giornalismo digitale è postmoderno?	86
4.3.	Il giornalismo online fra post-verità e fact-checking	92
5.	I concetti del giornalismo digitale	97
5.1.	Alcuni concetti generali	98
	5.1.1. Partecipazione / 5.1.2. Deistituzionalizzazione / 5.1.3. Innovazione / 5.1.4. Imprenditorialità	
5.2.	Le istituzioni giornalistiche	101
5.3.	Gli ecosistemi giornalistici	103
5.4.	L'Actor-Network Theory	105
5.5.	Il giornalismo liquido	107

Parte seconda Fra teorie e pratiche

6.	Le notizie: tipologie, selezione ed effetti	113
6.1.	La teoria dell'agenda-setting e il nuovo contesto dell'online	114
6.2.	Il gatekeeping	119
6.3.	Classificazione e scelta delle notizie nelle redazioni	125
7.	Il cambiamento della professione giornalistica	129
7.1.	Le redazioni dei giornali online	130
7.2.	L'emergere di nuove competenze e figure professionali	134

8.	Prodotti e formati del giornalismo digitale	143
8.1.	I long form	143
8.2.	Interattività e newsgaming	147
8.3.	I podcast	148
8.4.	Le newsletter	152
8.5.	Le immagini: fotogiornalismo e infografiche	155
8.6.	Le app	158
9.	La datificazione del giornalismo	161
9.1.	Le principali metriche utilizzate	162
9.2.	Web analytics: come cambiano routine e valori professionali	165
10.	L'economia dell'informazione digitale	173
10.1.	Le principali fonti di finanziamento	173
10.2.	I modelli di business nel giornalismo digitale	179

Parte terza Tecnologie, piattaforme, evoluzioni

11.	Il giornalismo sui social media	187
11.1.	Audience e piattaforme: prospettive teoriche e nuove sfide per il giornalismo	188
11.2.	La crisi del giornalismo professionale e l'allargamento della sfera pubblica	192
11.3.	Emozionalizzazione e gamification	196
11.4.	I social media nel panorama del giornalismo odierno	201
11.5.	Formati, contenuti e peculiarità delle piattaforme social	204
11.6.	Giornalisti influencer: tra ibridazione e nuove professioni	209

12.	Motori di ricerca e aggregatori di notizie	213
12.1.	La centralità di Google e l'impatto sul giornalismo	213
12.2.	La SEO nel giornalismo digitale	218
13.	Intelligenza artificiale: tra presente e futuro	223
13.1.	L'intelligenza artificiale nel giornalismo digitale	224
13.2.	Alcuni esempi di utilizzo dell'intelligenza artificiale nelle redazioni	230
13.3.	Il caso ChatGPT	233
	Bibliografia	237