



www.uniurb.it

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI URBINO “CARLO BO”

Facoltà di Sociologia

CORSO DI LAUREA IN
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

***DISCUSSIONE TESI:
REPORTER DIFFUSO.***

Dal journalist-citizen al citizen-journalist.

Come cambia il mondo del giornalismo negli anni delle evoluzioni tecnologiche-digitali.

Relatore: Chiar.mo Prof.
Giovanni Boccia Artieri

Tesi di laurea di:
Alberto Berlini

Quali le basi teoriche giornalismo 2.0

Già nel 1996 Pierre Lévy, commentando gli sviluppi della realtà mediatica emergente, vedeva nelle tecnologie di comunicazione le basi pratiche per un progetto di civilizzazione erede naturale dell'Illuminismo settecentesco: l'**intelligenza collettiva**. Secondo il sociologo francese, le nuove tecniche permettono di valorizzare al massimo lo scambio comunicativo tra le persone che vogliono condividere le proprie qualità a beneficio della comunità.

Nella comunicazione mediatica tradizionale un centro di emissione dipana le stesse rappresentazioni ad un gran numero di recettori che rimangono però passivi: non c'è interattività, non c'è costruzione collettiva. Al contrario la comunicazione telefonica consente reciprocità comunicazionale, ma non permette la creazione di quel contesto comune che è il risultato dell'apporto di una discussione collettiva, quella stessa dimensione collettiva consentita dalla comunicazione many-to-many propria della Rete.

Di fatto il Web non è solo un enorme massa, o meglio, flusso di informazioni, ma è l'articolazione di migliaia di punti di vista diversi che concorrono alla costruzione di uno spazio alla Moebius, in cui la realtà diviene rappresentazione e la rappresentazione diviene realtà. Non c'è realtà al di fuori di quella creata dal linguaggio e dalla cultura con cui una data realtà viene descritta.

Quello a cui si assiste in rete è la detotalizzazione della cultura. La cartesiana affermazione del "so di non sapere" trova la propria realizzazione nelle dinamiche di relazione in Rete. Immersi nei flussi di informazione non potremo mai sapere tutto, ma siamo necessariamente obbligati a fare appello alle conoscenze degli altri. I messaggi che più hanno valore nel Web sono quelli che aiutano a trovare riferimenti verso contenuti e conoscenze rese disponibili. Come ricorda Dan Gillmor, giornalista e autore del libro cult "We, the media", sono proprio gli interventi dei lettori, di quell'audience che è divenuta utenza attiva, che possono aiutare a migliorare il lavoro giornalistico. Già due anni prima, nel 2003, Bowman, Willis e Lasica coniarono l'espressione "giornalismo partecipativo" per identificare la partecipazione dei lettori al processo editoriale tramite le opportunità concesse dalla Rete.

Se dal punto di vista tecnico, l'infrastruttura della Rete continua ad essere la stessa delle origini, si può parlare di un Web 2.0 come evoluzione della filosofia di base della Rete. Esso è caratterizzato da una grande quantità di contenuti generati dagli utenti, creati e condivisi sul Web, attraverso siti internet non più statici, ma resi dinamici e simili alle applicazioni desktop, ciò grazie all'uso di un linguaggio denominato XML, che consente la Syndication, ovvero l'utilizzo dei FEED RSS e siti web dinamici, combinato alla potenza grafica del linguaggio Java nelle applicazioni in AJAX.

L'xml è un linguaggio che permette la lettura di un testo da parte di un elaboratore. Esso formalizza una serie di metadati che veicolano informazioni sul contesto d'uso delle informazioni. Consente ad esempio ad una applicazione di riconoscere le info sull'autore da un insieme di dati veicolati da un feed rss, ordinando le notizie che vengono pubblicate su un sito web.

Sono proprio gli aggregatori, applicazioni da installare sul proprio pc o da fruire direttamente on-line, che sfruttano appieno le potenzialità del nuovo linguaggio. Essi permettono ad esempio di estrarre la liste di tutti gli articoli contenenti una data parola chiave, fra tutti gli articoli che un giornale pubblica in Rete, in maniera automatica, permettendo così di tenere sotto un controllo costante tutte le fonti di informazioni che sono state precedentemente selezionate.

Chè c'è Ajax?!, è un approccio di sviluppo web basato sul linguaggio di programmazione xml per lo scambio di dati, dati che poi vengono visualizzati sulle pagine del browser grazie ad una visualizzazione Java. Quale il vantaggio?! Non più siti statici, ma applicazioni web veloci, semplici e piacevoli alla vista.

Le pratiche sociali che si sviluppano grazie a questi linguaggi

Social Network.

La creazione di reti sociali, comunità che si ritrovano on-line, ridefinendo la concezione di comunità tradizionalmente legata alla prossimità fisica. Gli interessi personali e le qualità che ogni individuo mette in campo divengono il nuovo discriminante per relazionarsi con gli altri utenti.

Il Quaedismo e la glocalizzazione dell'informazione.

Podcasting.

Il podcasting e il video casting stanno rivoluzionando la modalità di distribuzione (legale) e fruizione dei contenuti. Si tratta della possibilità concessa da alcune Major discografiche, testate editoriali e da qualsiasi produttore di contenuti, di scaricare files dal sito dell'emittente, rendendoli fruibili off-line ed in condizioni di mobilità con l'utilizzo di sistemi di riproduzione digitale, quali ad esempio gli iPod da cui nasce il neologismo che identifica questa pratica, figlia dell'utilizzo dei Feed Rss testuali, con la differenza che qui si tratta di file audio/video. La portata di questa innovazione è proporzionale alla capillarità della diffusione di sistemi di riproduzione mobile.

Wiki e Blog.

Parlare di wiki e blog, equivale a parlare delle nuove modalità di diffusione e condivisione della conoscenza in rete: la pratica del wiki ha prodotto la più grande enciclopedia on-line – wikipedia – grazie all'apporto delle conoscenze di chiunque voglia condividere al progetto, aggiungendo testi e contenuti multimediali. Il tutto in maniera gratuita.

I blog rappresentano uno spazio di espressione personale, “un media personale” nelle parole di Gillmor, un palco gratuito verso il pubblico della rete, una pagina web da riempire con interventi – post – testuali o multimediali o con segnalazioni a contenuti interessanti trovati in rete dal blogger. Ciò che gli utenti trovano interessante, raggiunge una maggiore visibilità con l'aumentare di link e rimandi ipertestuali e a volte una idea partorita in seno al web riesce a raggiungere i territori dell'off-line e trova risalto a attenzione anche nei circuiti mediali tradizionali.

Casi empirici di giornalismo partecipativo

Qual è stata la fonte di informazione più veloce, attiva ed importante relativa allo tsunami? Non la CNN, non le organizzazioni umanitarie, ma un blog creato da quattro volontari immediatamente dopo il disastro, e che già nella prima settimana raccoglieva migliaia di link, informazioni utili, e milioni di visitatori. Il New York Times ha ammesso che “per i vividi reportage dall'enorme area del disastro dello tsunami, è stato difficile battere i blog”. La stragrande maggioranza delle informazioni, come foto e video, provenivano dalla rete, dalle pagine di alcuni blog, ritrasmessi poi dalle Tv, che operavano una scelta della grande mole di materiale. E se la guerra in Iraq ha prodotto un numero impressionante di post sul tema, creando conversazioni ed interazioni anche tra giovani americani e iracheni, le nuove tensioni tra Libano e Israele stanno mettendo in ebollizione la blogosfera stessa. Basterebbe una passeggiata on-line per poter avere una informazione sicuramente più completa, o per lo meno un-censored, rispetto a quella offerta dai media tradizionali.

I blog forniscono una informazione “non mediata”, non filtrata dalle agenzie di stampa, ma immessa nel flusso comunicativo direttamente dai protagonisti di un determinato evento. La tecnologia RSS permette ad ogni utente di avere a disposizione notizie aggiornate in tempo reale, provenienti da più fonti precedentemente selezionate. Inoltre i blog più importanti si comportano da aggregatori delle news su particolari tematiche, divenendo equiparabili a delle vere e proprie agenzie di informazione, o, meglio, ad opinion leader.

Scrivono Hewitt “Quando molti blog scelgono un tema o iniziano ad inseguire una notizia si forma un blog swarm un massiccio movimento di opinione pubblica che, quando esplode, è in grado di alterare profondamente la percezione collettiva di una persona, un prodotto, un fenomeno”.

In fin dei conti ci si aspetterebbe che una ristretta élite di blogger che posseggono una grande visibilità, possa essere in grado di esercitare una influenza diretta sui processi politici e sul ciclo delle informazioni. Hewitt, citando una conversazione con il fondatore di Technorati, David Sifry, avverte che the power of the tail, “il potere della coda”, è un concetto cruciale per comprendere le dinamiche della blogosfera. La coda è semplicemente il 95-99% di blog che non ricevono enormi quantità di traffico. Tuttavia, il numero aggregato dei visitatori e la fiducia assoluta che legano i

blog ai propri lettori, consentono anche ai messaggi veicolati dalla “coda” di avere una grande forza di penetrazione mediatica.

Velocità e mancanza di barriere di accesso sono altri importanti fattori del successo dell’informazione on-line. Il Network permette una distribuzione virale delle news poiché chiunque può “postare” una informazione, sia essa testuale, fotografica o video, in pochissimo tempo, immettendola in un circolo comunicativo potenzialmente globale.

2001_ 11 settembre: Personal Journalism & blog come diario.

2004_ 24 dicembre: nella Rete popolata oltre la soglia critica, i blog diventano fonte di informazione primaria durante lo tsunami.

2005_ 7 luglio: gli attentati di Londra vengono seguiti dai Mass Media grazie agli UGM dei cittadini londinesi.

La deriva evolutiva

Tra scenari possibili

- Il Giornalismo e i tanti giornalismo;
- Tra libertà e privacy, una autorganizzazione possibile? L’esempio del copyleft.

E problemi insoluti

- Censura;
- Il digital divide.

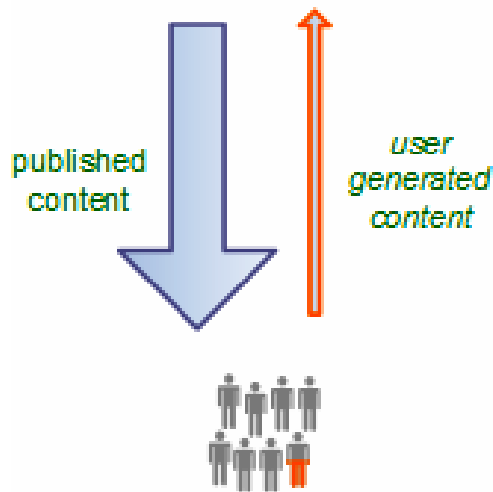
Verso una cittadinanza migliore.

Ovvero la realtà di una società digitale caratterizzata da dinamiche di comunicazione, e quindi di potere, dal basso, una forza concreta di una comunità che partecipa attivamente al processo informativo e politico, che necessità di una informazione libera e slegata dai legami di potere.

Web 1.0

"the mostly read-only Web"

250,000 sites



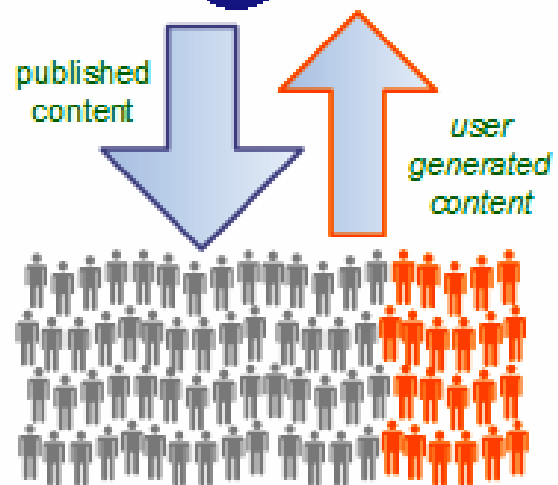
45 million global users

1996

Web 2.0

"the wildly read-write Web"

80,000,000 sites



1 billion+ global users

2006

