

Indice

Premessa	XIII
Introduzione	3
Un filo rosso con la borghesia	3
Il modello del cane da guardia	5
La «settimanalizzazione»	6
La crisi dei quotidiani	7
L'era del «citizen journalism»	9
La nuova geografia del potere diffuso	10
La libertà di stampa diritto del cittadino	11
I limiti della privacy	13
La funzione del giornalismo	13
I. La notizia	15
Il problema della notiziabilità	15
Dal «gatekeeper» al mediatore multimediale	21
Le fonti, p. 22 - La concorrenza, p. 22 - Il pubblico, p. 22	21
Rappresentazione e contrapposizione	25
I valori delle routine produttive	25
Novità, imprevedibilità, singolarità, p. 26 - Attualità, p. 27 - Negatività, p. 29	
- Interesse umano, p. 31 - Dimensioni e prestigio sociale delle persone coinvolte, p. 32 - Innovazione, p. 32 - Effetti pratici, p. 32 - Esclusività, p. 33 - Vicinanza, p. 33	
Una teoria della notizia	35
Il contesto esterno	35

Il contesto etico di riferimento	38
Il contesto esterno ai tempi del Web 2.0	40
Il tempo della notizia	44
Una nuova nozione di fatto	45
Il contesto interno	46
Il contesto interattivo	49
La decontestualizzazione del fatto	51
Il problema delle fonti	55
Le agenzie di stampa	64
I social media come fonti	66
Il nuovo ciclo della notizia	71
2. Come si scrive	73
Oltre le cinque W	73
Il «new journalism» ieri e oggi	75
La focalizzazione della notizia	78
Una teoria del «lead»	81
Le quattro tipologie del «lead»	82
Il «lead» in rapporto al tempo dei fatti	90
Reale e virtuale	92
Il dettaglio	94
La descrizione dei personaggi	102
La descrizione dei luoghi	106
Elementi di sintassi giornalistica e ritmo	109
La punteggiatura	112
Le figure retoriche del giornalismo	114
Focus e struttura	116
Il riepilogo e il seguito	122
3. La titolazione	127
Funzioni ed evoluzioni	127
Le forme del titolo	129
Regole di stile	139
4. Il caso italiano	142
La crisi dei giornali fotocopia	142
La prevalenza del politico	146
Il deficit delle competenze	151
Identità e globalità	153
5. Generi e modelli	155
Cronaca e commento: una distinzione	155
L'intervista come metodo maieutico	158

Strategia e tecnica dell'inchiesta	169
Dal pastone al retroscena	172
I modelli del giornalismo	175
6. Il quotidiano dal reale al virtuale	179
Il giornale nell'era globale	179
La struttura redazionale	181
L'organizzazione del lavoro	183
La pubblicità	187
La stampa	189
La distribuzione	190
La crisi del modello quotidiano	191
La rivoluzione digitale	192
7. Il giornalismo «on line»	200
Dal luogo delle origini	200
Scrivere sul web	206
Oltre l'articolo: il «live blogging»	210
La legge della rete	212
Il «citizen journalism»	218
I social media	222
Il «data journalism»	225
«Community engagement»	229
Cura dei contenuti	232
«Long-form journalism»	234
Informazione iperlocale	234
«Crowdfunding»	238
Il giornalista del futuro	239
Modelli di business	241
I giornali nel nuovo ecosistema	243
8. Media e utenti	251
Lettori e cittadini	251
Lettori digitali	258
9. La deontologia	262
Deontologia e diritto di cronaca	262
I limiti del diritto di cronaca	264
Altri limiti: buon costume e funzionamento della giustizia	270
La privacy tra libertà e sicurezza	271
I principi della privacy	273
I documenti di autodisciplina	278

10. L'etica del giornalismo	280
Giornalismo e democrazia	280
I principi dell'etica giornalistica	283
Bibliografia	287
Gli autori	291
Indice dei nomi	293