Bollettino 22/10 (31 maggio 2010)

- Lsdi < http://www.lsdi.it > http://www.lsdi.it - è un centro di documentazione e analisi dei problemi del giornalismo e dell' informazione promosso da alcuni giornalisti impegnati nella Fnsi.
- Contatti: <mailto: redazione@lsdi.it> redazione@lsdi.it

Giornalismo e giornalismi

La crescita pericolosa del giornalismo delle pagine viste

In un mondo in cui i giornalisti vengono sempre di più pagati non per la qualità del loro lavoro ma per la quantità di traffico che i loro articoli attirano, si profilano dei grossi rischi secondo Tom Foremsky L ex commentatore del Financial Times ed esperto di Silicon Valley lancia un allarme: Questo giornalismo renderà la nostra società tanto più povera quanto meno articoli poco popolari ma importanti verranno scritti e discussi

http://www.lsdi.it/2010/05/26/la-crescita-pericolosa-del-%E2%80%98giornalism
o-delle-pagine-viste%E2%80%99/

Giornalismo partecipativo: un nuovo esperimento di crowdfunding in Australia

Sulla scia di Spot.Us, YouCommNews punta a realizzare un lavoro di giornalismo investigativo finanziato dai cittadini Le proposte dei lettori e il processo di finanziamento L obbiettivo è coniugare le migliori tecnologie emergenti e un nuovo modello economico per il giornalismo

http://www.lsdi.it/2010/05/29/giornalismo-partecipativo-un-nuovo-esperimento-di-crowdfunding-in-australia/

Giornalismo partecipativo: BayCitizen raccoglie 3,7 milioni di dollari

Nasce nella baia di San Francisco una nuova testata online non-profit che punta a far sopravvivere l informazione locale dopo la crisi del principale quotidiano della zona, il San Francisco Chronicle Oltre alla dotazione iniziale di partenza, il sito ha raccolto in poco tempo 65.000 dollari attraverso piccole donazioni da parte di oltre 750 cittadini

http://www.lsdi.it/2010/05/29/giornalismo-partecipativo-baycitizen-raccoglie-37-milioni-di-dollari/

Editoria

Ancora molto diverse le agende dei vecchi e dei nuovi media

I media tradizionali mostrano ancora scarso interesse per l agenda dei social media, che hanno dei tempi di concentrazione diversi anche se i link dei blog provengono ancora in gran parte dagli articoli dei media mainstream Come gli internauti si fermano poco sui vari siti, così i nuovi media si concentrano poco sulle singole vicende, anche quelle importanti Una ricerca del Project for Excellence in Journalism

http://www.lsdi.it/2010/05/26/ancora-molto-diverse-le-agende-di-vecchi-e-nuovi-media/

Blog e siti di citizen journalism non sono una minaccia ma un complemento dei quotidiani

Uno studio su quasi 200 testate compiuto da tre università americane rileva che solo il 25% dei siti non professionali pubblicano con cadenza quotidiana e che comunque, anche se vengono aggiornati quotidianamente, non hanno una quantità significativa di articoli e servizi, anche a causa della ristrettezza dei loro budget

http://www.lsdi.it/2010/05/30/blog-e-siti-di-citizen-journalism-non-sono-una-minaccia-ma-un-complemento-dei-quotidiani/

Sfida all Associated Press

Una start-up Usa, Publish2 News Exchange, si propone di riservare alla più grande agenzia d informazione del mondo lo stesso trattamento che Craiglist (il sito online che ha sottratto il servizio dei piccoli annunci ai giornali) ha riservato alla stampa, prosciugando il principale flusso di ricavi dell AP con l offerta di una alternativa aperta ed efficiente

http://www.lsdi.it/2010/05/26/sfida-all%E2%80%99-associated-press/

Realizzare una rivista? Un gioco da bambini

Un bambino francese di 9 anni ha appena pubblicato un suo magazine su MagMagz, una piattaforma di estrema semplicità che permette di impostare, impaginare e realizzare una rivista totalmente personalizzata.

http://www.lsdi.it/2010/05/26/realizzare-una-rivista-un-gioco-da-bambini/

Google salva i giornali? E se fosse solo spin?

Se lo chiede l Osservatorio europeo di giornalismo, a proposito di un articolo, uscito su The Atlantic, in cui si prospettava un nuovo ruolo per Google News: non più di semplice diffusore di articoli pubblicati da altri, ma di produttore di contenuti, in simbiosi con gli editori tradizionali. Il problema è che l autore di quell articolo, James Fallow, non è soltanto una star del giornalismo, ma è anche un amico personale , e intimo, di Eric Schmidt, il numero uno di Google

http://www.lsdi.it/2010/05/26/google-salva-i-giornali-e-se-fosse-solo-spin/

La Rete

Il Canard non sguazza ancora nel web, per ora

Il sito web ufficiale della centenaria rivista satirica francese serve solo a bloccare il dominio per evitare appropriazioni indebite ma non si esclude che un giorno, se venisse a galla un modello economico interessante Una intervista a Louis-Marie Horeau, giornalista del Canard dal 1979 e attualmente redattore capo aggiunto del giornale, che si è sempre retto unicamente sulle vendite in edicola (mezzo milione di copie settimanali)

http://www.lsdi.it/2010/05/30/il-canard-non-sguazza-ancora/

La pubblicità

Dal 2005 i giornali Usa hanno perso metà dei ricavi su carta

Nel primo trimestre di quest anno la pubblicità sul cartaceo è calata dell 11,4% (contro il 29,7% dello stesso periodo del 2009), ma il fatturato è solo di 5,2 miliardi di dollari, contro i 10,3 miliardi dello stesso periodo del 2005 Il fatturato nell online è invece cresciuto del 4,9%

http://www.lsdi.it/2010/05/29/pubblicita-dal-2005-i-giornali-usa-hanno-perso-meta-dei-ricavi-su-carta/

Pubblicità: Usa, torna la ripresa ma non nella carta stampata

Gli investimenti pubblicitari sono cresciuti del 5,1% nel primo trimestre di quest anno rispetto allo stesso periodo dell anno scorso, ma la crescita non ha toccato la carta stampata, che continua a mostrare prevalentemente segni di declino

http://www.lsdi.it/2010/05/28/pubblicita-usa-torna-la-ripresa-ma-non-nella-carta-stampata/

La tv e le tv

Twitter in forte sviluppo come fonte di video

La piattaforma di social network sta crescendo rapidamente come uno dei maggiori punti di riferimento per la diffusione di video, superando di parecchio Facebook, Yahoo, Google e Bing. Lo ha accertato una ricerca compiuta dall azienda TubeMogul

http://www.lsdi.it/2010/05/29/twitter-in-forte-crescita-come-fonte-di-video/

Tv: cresce l uso dei Personal videorecorder

Nel Regno Unito il 44% circa delle famiglie possiedono degli impianti di videoregistrazione personale e dedicano alla visione di programmi registrati con i nuovi dispositivi offerti dal mercato il 14% del tempo complessivo dedicato al consumo di televisione. Lo rileva l e-media Institute, spiegando che nei mercati televisivi più avanzati la crescente diffusione dei dispositivi PVR sta avendo un impatto significativo sul consumo di TV.

http://www.lsdi.it/2010/05/28/tv-cresce-l%E2%80%99-uso-dei-personal-videorec
order/
