

La lingua del giornalismo nel XXI secolo

Dipartimento di Lingue e Lett. Straniere
Università di Verona



Sede dell'Ordine dei Giornalisti del Veneto
San Polo, 2162 - 30125 Venezia

02 febbraio 2015

Indice

I. Alla base del giornalismo internazionale

- LINGUA (gergo giornalistico, *loaded language*)
- TESTO (Giornalismo tra vecchi e nuovi media, Multimedialità e *news packages*, *Social newsgathering*, *Social networks*, *Citizen journalism*)

II. Il mondo giornalistico tra multimodalità e ideologia: un case study



I. Alla base del giornalismo internazionale: la lingua e il testo



La LINGUA

- 
- Il giornalismo italiano deve confrontarsi sempre più con i suoi omologhi di altre nazioni. Quale lingua/linguaggio?
 - → un dizionario giornalistico italiano-inglese

Roberta Facchinetti

Dizionario Giornalistico Italiano-Inglese

R. Facchinetti - Dizionario Giornalistico Italiano-Inglese



G. Giappichelli Editore - Torino

webzine

WEBZINE (ingl.) /'webzi:n/

Magazine pubblicato e diffuso in Internet.

 Il sito si presenta come una *webzine* dedicata ai temi sociali.

*Interviste ai cineasti, recensioni, anteprime, monografie, notizie e tanto altro ancora sul cinema d'oggi e di ieri fanno di questo sito una **webzine** di vera cultura cinematografica.*

 The *webzine* presents articles and links for everything you want, be it history, mythology, spirituality, culture, art or society.

*This is a free **webzine** offering up-to-date information on events and developments in the chemical sciences.*

Voce fuori campo

VOCE FUORI CAMPO

Testo letto dal giornalista a commento di un servizio televisivo, con voce registrata in studio e montata in accompagnamento alle riprese effettuate.

 *Dopo l'intervista, il servizio continua con la **voce fuori campo** della giornalista.*

*Dopo i primi secondi di servizio in lingua ufficiale, la **voce fuori campo** del giornalista si è sovrapposta al discorso del premier francese per tradurre e spiegare ai telespettatori i contenuti politici dell'incontro.*

 **VOICE OVER** /vɔɪs 'əʊvə(r)/

*The **voice over** is a story that can be read live by the news anchor himself while a video is being shown on screen.*

***Voice overs** are one of the most common ways used to present broadcast stories.*

virgolettato

VIRGOLETTATO

Parte di testo racchiuso tra virgolette e contenente una dichiarazione che viene utilizzato come elemento grafico in pagina per attirare l'attenzione dei lettori.

 *Qualora venissero pubblicati dei **virgolettati**, sappiate che non saranno attribuibili a me.*

*Ho tratto il **virgolettato** dal sito ufficiale del politico che si è espresso sulla vicenda.*



PULL QUOTE /pʊl kwəʊt/

*Well-placed **pull quotes** can serve as a hook to catch and hold your reader's interest, increasing readership and comprehension.*

*A **pull quote** should offer a strong visual contrast to your body text.*

vivo

VIVO

Lettura di una notizia fatta dal conduttore di un telegiornale senza fare uso di immagini o con la presenza di un'immagine fissa sullo schermo alle sue spalle.

 Al **vivo** letto dal giornalista stasera sono state associate delle immagini fisse relative ai principali esponenti politici dei gruppi in parlamento.

Quando per una notizia è previsto un **vivo**, il conduttore non lancia il servizio, ma legge direttamente la notizia in studio, come fosse in radio.



DRY ANCHOR /draɪ 'æŋkə(r)/

The **dry anchor** is a story format where anchors just read stories without visuals.

Nowadays channels add graphics to enrich the **dry anchor** format.

battage

BATTAGE (*franc.*) /bat'a:ʒ/

Sovraesposizione a favore di un avvenimento o di un personaggio pubblico attraverso gli organi di informazione.

■ ■ Il *battage* mediatico e culturale fornisce armi propagandistiche più potenti rispetto al passato.

*Il **battage** televisivo contro un singolo ha il solo scopo di influenzare l'opinione pubblica.*

🇬🇧 **MEDIA HYPE** /'mi:diə haɪp/

*Due to the mainstream **media hype** and political pressure, all minor accusations were changed into major offences.*

*It is debatable whether there was a true tide of public opinion or an excess of **media hype** and pressure to intervene in the war recently.*

LOADED LANGUAGE

Use with Care. A Reporter's Glossary of Loaded Language in the Israeli-Palestinian Conflict.

International Press Institute, 2014

- This vocabulary handbook is all about words, language, and terminology. Words are more than they seem; they may possess more than one meaning or have a hidden connotation, which may change over time and depend on circumstances.
- Knowing a language's grammar and syntax will not suffice when trying to accurately pinpoint the meaning of a word. For our purposes, it is necessary to examine the meaning of a word or expression in the context of the conflict, where it may be loaded with different associations and meanings depending on whom you ask.

- 
- Palestinian and Israeli media have adopted terms that suit the needs of journalism, but also the needs of their respective sides of the conflict. Words that are regarded as incitement in Israel would be considered patriotic on the Palestinian side, and vice versa. As is commonly the case in actively conflicted regions, one society's terrorist is another's freedom fighter.
 - None of us are naïve, and we all understand that words can only mediate reality, not define it. But words are also powerful, and they play a major role in shaping our consciousness and perceptions.
 - They can inflame the conflict, and may become a weapon more destructive than rockets, tanks, or aircraft. As the proverb says, 'Life and death are in the power of the tongue'. This realisation is our guiding principle.

Expression

Explanation of problematic or sensitive usage

Alternative

activity/ action

פעילות/פעולה
(pe`ilut/pe`ula)

نشاط \ عملية
(nashat/'amaliya)

There is a Palestinian view that this term is problematic when used to describe an Israeli military operation in a way that diminishes its confrontational or violent nature. For example, 'A soldier was wounded while carrying out a routine **activity**'.

**military operation /
military action**

פעילות צבאית/פעולה צבאית
(pe`ilut/pe`ula tzva`it/ tzva`it)

מבצע
(mivtza [tzva`i])

نشاط عسكري \ عملية عسكرية
(nashat'askari /'amaliya
'askariya)

aggression

תוקפנות
(tokfanut)

عدوان
(udwan)

There is an Israeli view that this word is problematic when used as a blanket description for Israeli military operations, such as an air strike or broader military assault, because it immediately assigns blame; however, the Israel Defence Forces (IDF) might argue that the operation was carried out against a specific person who is involved in attacks against Israel, and who they, therefore, consider a legitimate target.

For example: ' Hamas condemned Israeli aggression in Gaza'. Journalists should consider using the terms **strike / military operation** or **military assault**.

**strike / military assault
/ military operation**

תקיפה
(tkifa)

מתקפה
(mitkafa)

غارة \ ضربة
(ghara/darba)

development
*i.e. in the context
of Jerusalem*

פיתוח
(pitu`akh)

تطوير
(tatwir)

There is a Palestinian view that the use of the word **development** in the context of construction activities in certain areas, for example in East Jerusalem, is objectionable.

The word development can sound very much like improvement or repairs; although Palestinians point out that the actions may involve the (hotly contested) destruction of the Palestinian or Muslim character of buildings and neighbourhoods.

There is an Israeli view that development is a standard term used to refer to the renovation or construction of properties and neighbourhoods.

construction

בנייה
(bniya)

התרחבות
(hitra`kha`voot)

بناء
(bina')

disputed areas

אזורים במחלוקת
(ezorim be-makhloket)

مناطق متنازع عليها
(manatiq mutanaza'
'alayha)

Some commentators or officials refer to **disputed areas** or **disputed territories**, which the United Nations and/or other international bodies regard as being under Israeli **occupation** (see: **occupation**), including the West Bank, East Jerusalem, and the Gaza Strip.

There is technically a dispute, in that Israel does not accept these terms, but Palestinians and pro-Palestinians feel that reference to disputed areas legitimises the Israeli government's control of them.

**West Bank/ East Jerusalem/
other specific geographical
references (i.e. Use name of
city or town).**

השטחים / מזרח ירושלים / הגדה
(ha-gada / mizrakh
yerushalayim / hashta`khim)

الضفة الغربية ، القدس الشرقية ، مواقع



Il testo: una nuova entità

20 settembre 2014

L'HUFFINGTON POST

IN COLLABORAZIONE CON IL Gruppo Espresso

Edizione: IT ▼

Cerca in Huffington Post



Segui

HOME

ECONOMIA CRONACA ESTERI CULTURE DIRITTI LA VITA COM'È TERZA METRICA SCIENZA TECH STILE VIDEO

Gay voices • Salute • Politica • Economia • Ambiente • Fotografia • Cinema • Televisione • People • Viaggi • Moda • Oltre lo schermo • Viral news • The Future of Science 2014

Le radici della MULTIMEDIALITÀ

DEBITI PA - MISSIONE FALLITA



Al 21 settembre, data promessa dal premier, pagati poco più della metà dei 60 miliardi attesi dalle imprese (di F. Bini)

[Commenti \(94\)](#) | [Economia](#)

Data Visualisation

Merge form and function to create outstanding infographics.



DATA



STORY



CHART



DESIGN

The Guardian online

Information graphics or **infographics** are graphic visual representations of information, data or knowledge intended to present complex information quickly and clearly.



Dal *news piece* al *news package*



NON LINEARITÀ (chi visita il sito ha controllo sulla sequenza di ciò che vuole vedere o sentire).

INTERATTIVITÀ: il visitatore può agire/interagire (esplora un'animazione, risponde ad un blog...).



Il discorso giornalistico non può più essere visto come un monolite costituito solo dal testo verbale; è un poliedro a più facce dove l'immagine, la didascalia, il testo, la struttura (layout), il posizionamento nella pagina contribuiscono simultaneamente al processo di creazione del significato in un modo composito.

Quindi il **'news piece'** si è trasformato in un **'news package'**.



HEADLINE: title of the story; when clicked, it often takes a reader to a separate page for a more detailed presentation

TEXT: body of the story; it may be either contained in one page or broken up into several connected links

PICTURE(S), including thumbnails

GRAPHIC: the logo, drawings, illustrations related to the news story

- **RELATED LINKS:** either highlighted within the paragraphs of a story or to the side or bottom of a page. This is a unique feature of the web that allows a reader to have a deeper or uunderstanding of the background of the story.
- **AUDIO:** sound, music or voice-over recorded as a stand alone or mixed with a slide show or video
- **VIDEO:** with a sound bite or a separate news video package that accompanies the text of the story

- **SLIDE SHOW:** a collection of photos that looks more like a picture gallery with captions. Some slideshows have sound and voice.
- **ANIMATION:** moving images produced to add more impact to the story
- **INTERACTIVE FEATURES:** graphics designed to interact with the user. Examples include interactive files for the user to experience the news.
- **INTERACTIVE GAMES:** mini video game where the visitor can play the news. Example: «find your inner Italian» with questions as to whether or not a visitor fits into the 'Italian way of things'.

Thumbnails e Image Nuclear News Stories (INNS)

THUMBNAILS: reduced-size version of images very frequent on webpages.

INNS (*Image Nuclear News Stories*): News reports where “a press photograph is combined with only (a heading and) a brief caption rather than an extended news report.”



offline

online

Il giornalismo offline e online: né vincitori
né vinti

print

digital

The Economist, agosto 17, 2013

Le compagnie dei media hanno subito un duro colpo da Internet. I soldi derivati dalle fonti digitali stanno parzialmente riparando il danno.



Let's get digital

Worldwide spending on media and entertainment
\$trn

Digital

Non-digital



Source: PricewaterhouseCoopers

The most obvious change in the past few years is the decline of “physical” products, such as CDs, DVDs and print newspapers. In 2008 nearly nine-tenths of consumer cash went on them; by 2017 it will be a little over half, with digital grabbing the rest.

The *New York Times* has nearly 700,000 online subscribers.

What will happen as the internet's influence increases?

Journalists write more articles for smaller salaries in shrinking newsrooms.

The internet can help firms become cleverer.

Publishers are releasing books electronically to test sales before putting them in print, and to adjust prices to drive demand.

Neil Thurman (2013) *NEWSPAPER CONSUMPTION IN THE DIGITAL AGE: Measuring multi-channel audience attention and brand popularity*
Digital Journalism, <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2013.818365>)

Comparative analyses of the domestic and overseas consumption (measured by time-spent-reading and popularity) of UK national newspaper brands across their print editions and online channels (excluding mobile “apps”).

- two “middle-market” titles (the Daily Mail and the Daily Express)
- five “popular/tabloid” titles (The Sun, The People, the Daily Mirror, the Daily Star, and the Daily Record)
- five “quality/broadsheet” titles, three of whose websites were free to access (The Independent, The Guardian, and The Daily Telegraph) and two of whose sites (the Financial Times and The Times) had erected a paywall.



The study estimates that, in 2011, a minimum of 96.7 per cent of the time spent with newspapers by their domestic audience was **in print**, with “popular/tabloid” titles least successful in capturing audience attention online.

In terms of popularity, the print channel accounted **for a majority of domestic daily readers**: in 2011 the newspapers studied had an estimated average daily readership per print copy of 2,110,633.

By contrast, the average number of online sessions per day was estimated to be between 385,156 and 709,559.

The online channel has increased newspapers’ daily overseas audience by between 7 and 16 times.

However, because those online readers’ visits are relatively brief, the effect on the attention newspapers receive (measured in time) from overseas has been minimal.



Il mondo online

LA TUA COMMUNITY

Seguici





HuffPost Italia



HuffPost Italia piace a 218.399 persone.



Plug-in sociale di Facebook



Accedi con Facebook

POST



LA TUA COMMUNITY

Seguici



I PIÙ CLICCATI SU HUFFPOST

◀ 1 di 2 ▶

politico"



PUBBLICITÀ



Elezioni Europee 2014

L'HUFFINGTON POST



L'Huffington Post

@HuffPostItalia

0 Follower & 0 Listed

SEGUI



Accedi con Twitter



LA TUA COMMUNITY

Seguici



I PIÙ CLICCATI SU HUFFPOST

◀ 1 di 2 ▶

Anteprima di iTunes

Panoramica

Funzioni

Classifiche di iTunes



iTunes è il modo più semplice al mondo di organizzare ed aggiornare la tua collezione di media in formato digitale.

Non abbiamo trovato iTunes sul tuo computer. Per scaricare l'app gratuita The Huffington Post di HuffingtonPost.com, installa iTunes adesso.

Hai già iTunes? Fai clic su Anche io ho iTunes! per aprirlo.

Anche io ho iTunes!



iTunes 11
Per Mac e PC

Download gratuito

The Huffington Post di HuffingtonPost.com

Apri iTunes per acquistare e scaricare le app.

[Altre app da questo sviluppatore](#)



Descrizione

L'applicazione dell'Huffington Post per iPhone e iPad ti fornisce articoli aggiornati minuto per minuto, foto, video e blog in un'esperienza dinamica e fatta su misura per te. Personalizzando le tue impostazioni, potrai essere parte della conversazione sugli argomenti che ti stanno più a cuore - dalla politica all'economia, dalla tecnologia alla



20 maggio 2014

L'HUFFINGTON POST

IN COLLABORAZIONE CON IL Gruppo Espresso

Edizione: IT ▼

Cerca in Huffington Post

Follow

HOME

POLITICA

ECONOMIA

CRONACA

ESTERI

CULTURE

TECH

STILE

DIRITTI

LA VITA COM'È

VIDEO

Governo • Papa • Gay voices • Salute • Fotografia • People • Motori • Viaggi • Terza metrica • Moda • Social network • Oltre lo schermo • Elezioni europee 2014



RSS / XML



RSS consente di iscriversi a un sito Web invece di visitarlo.

L'Huffington Post:

FEED | BLOG | NOTIZIE

Tutto quanto appare in L'Huffington Post

ADVERTISEMENT



Really Simple Syndication o *Rich Site Summary* basato su
XML - eXtensible Markup Language, ovvero «Linguaggio di marcatura estensibile»,
metalinguaggio gestito dal World Wide Web Consortium



LA SITUAZIONE ATTUALE:

aggregazione sociale di notizie (Social
newsgathering)

- Professional
- Popular



Mark Little, *The Human algorithm*,
<http://blog.storyful.com/wp-content/uploads/2013/02/SocialNewsgather.pdf>)

Journalists the world over are struggling to cope with a social and mobile tsunami of 'user generated content', to use an increasingly inadequate phrase. Twitter and You-Tube will overwhelm news organisations who can't master their potential.

A common mistake for those seeking to cope with this profound disruption is to confuse technology with innovation.

Algorithms, apps and search tools help make data useful but they can't replace the value judgements at the core of journalism.



Genuine innovation requires a fundamental shift in how journalists think about their role in a changed world.

To begin with, they need to get used to being **'curators'**; sorting news from the **noise** on the social web using smart new tools and good old fashioned reporting skills.

I find it helps to think of curation as three central questions:

- Discovery: How do we find valuable social media content?
- Verification: How do we make sure we can trust it?
- Delivery: How do we turn that content into stories for a changed audience?

Without a doubt, verification is the greatest challenge. It's also the greatest opportunity for 'social journalists' willing to leave the confines of traditional news organisations and perhaps even create their own.

Social newsgathering: *Storyful*

Storyful is the world's first social media news agency. It was started in 2010 by Mark Little, a former foreign correspondent for the Irish national broadcaster, RTÉ. (Raidió Teilifís Éireann).

It works with the world's biggest news organisations, discovering and verifying content from across the social web.

Storyful's raison d'être was to devise a way to manage the huge amounts of content being shared on new social platforms by creating effective processes and technology to help filter “news from noise”.

Storyful's team: thirty people, two-thirds are journalists, adept at scanning and interrogating content on YouTube, Twitter, Facebook, Reddit, Instagram, Weibo and many other platforms around the clock.

blog.storyful.com



<http://storyful.com/>

http://www.youtube.com/watch?v=NQUGJ4O0ZPM&feature=player_embedded

What we do

- Storyful is the first news agency of the social media age. We help our clients discover, verify and distribute the most valuable content on social media platforms.

For Newsrooms

- Storyful helps your editorial team separate news from social media noise.

For Digital Publishers

- Storyful helps you secure the right to use valuable **UGC** (user-generated content) on all platforms.

For Brands & NGOs

- Storyful gives you tools to monitor social conversations and trends.

Social networks

- Le notizie trasmesse attraverso i “social media sites” sono il tipico esempio di ‘unmediated journalism’.
- Ogni singolo “news update” ci raggiunge nella forma di un “instant message”;
- ‘real-time reaction’ → instant feedback (replies o re-tweets) → da quella che un tempo era una comunicazione e-mail ‘one-to-one/few’ a mass communication.

Tra gli egiziani in festa dopo le dimissioni di Mubarak, è circolata una barzelletta sui tre presidenti.

Mubarak è il primo capo di Stato egiziano a lasciare, vivo, il potere.

Il suo predecessore, Anwar Sadat, fu ucciso nell'ottobre del 1981, mentre dal palco autorità assisteva a una parata militare.

Sadat era diventato presidente nel 1970, dopo la morte improvvisa per un attacco di cuore di Gamal Abdel Nasser.

La barzelletta parte dall'incontro dei tre in paradiso. Quando Nasser e Sadat vedono arrivare Mubarak, gli chiedono come sia morto.

«È stato il veleno o eri sul palco?».

«Nessuna delle due. È stato Facebook», risponde Mubarak.

Loccatelli, Giovanna (2011) *Twitter e le rivoluzioni. La primavera araba dei social network: nulla sarà più come prima*. Roma: Editori Internazionali Riuniti, p. 81.

Fark (www.fark.com)

- 1999
- Basato sull'attività di una comunità i cui membri esprimono il proprio punto di vista sulle notizie quotidianamente;
- Più di 2.500 topics vengono messi in evidenza giornalmente dagli utenti; gli amministratori ne scelgono 100;
- *Fark* viene spesso controllato dalle radio e dai programmi serali alla ricerca di informazioni.

NowPublic **(www.nowpublic.com)**

- 2005
- *Information agency* nata sulla base dei criteri di *user-generated content*.
- Si è sviluppata velocemente in una delle information agencies più utilizzate al mondo e può contare su oltre 140 paesi di riferimento;
- *reporters* indipendenti trattano fatti che accadono nel mondo.

Facebook

- Lanciato nel 2004
- Non ha lo scopo di exchange news, benché ora connetta milioni di persone in tutto il mondo e aiuti a share information sugli argomenti più disparati;
- Questi messaggi sono anche news-related;
- La specificità di profili personali porta a produrre opinionated texts, piuttosto che veri e propri breaking news updates.

Twitter

- Lanciato nel 2006
- The SMS portal of the Internet, che offre un servizio di 'social networking' e 'micro-blogging'
- I messaggi sono chiamati 'tweets'.
- I tweets sono text-based posts (140 caratteri al massimo) 'displayed on the user's profile page' in reversed chronological order and posted tramite diverse piattaforme tecnologiche come mobile phone, instant messaging clients e il web.
- Twitter è stato il principale canale di comunicazione per
 - i terremotati emiliani
 - gli insorti iraniani dopo le elezioni del 2009
 - nella primavera araba.

- La *Twitter* community utilizza alcune convenzioni tipografiche (HASHTAGS) che indicano specifiche mosse all'interno della comunità. I più comuni sono '@', 'RT' and '#'.
#



yuspie Yuspie, LLC

Scary. RT @Reuters_Biz Reuters Business Saks, Wal-Mart show widening U.S. consumer split reut.rs/q4EaaB #economic #disparity in the US

16 Ago

Blogs

- “Weblogs (blogs) emerged as a grassroots phenomenon in the late 1990s” (Garden 2011: 283)
- Possono essere aperti sia da ‘professional journalists’ che da ‘ordinary citizens’ → ‘citizen journalism of the web’;
- L’unità di base è il ‘post’, un ‘individual message’, spesso un commento ad un post precedente, logged in by a submitter con data di riferimento e time of logging e — come per i tweets — presentato in ‘reversed chronological order on the blog page’.

Origine del termine *blog*

Log = tronco di legno

Nel **GERGO NAUTICO**: il pezzo di legno fissato ad una fune con nodi a distanza regolare, lanciato in mare e lasciato galleggiare.

Il numero di nodi fuori bordo, entro un intervallo fisso di tempo indicava, approssimativamente, la velocità della nave.

Il **logbook** (1800) era il **registro di navigazione**, su cui venivano segnati la velocità, il tempo, la forza del vento, oltre ad eventi significativi che si verificavano durante la navigazione.

Con questo significato (*giornale su cui vengono registrati gli eventi in ordine cronologico*) il termine è stato importato nell'**INFORMATICA** (1963) ad indicare:

- la **registrazione cronologica** delle operazioni eseguite
- il **file** su cui queste registrazioni sono memorizzate.

Unito al termine *web*, indica

un diario in rete → web-log → (we)blog → blog

YouTube

- Creato nel 2005
- unmediated web TV, a worldwide video-sharing community dove i partecipanti upload ogni genere di video clip.
- Tramite la 'video-response' option tipica di *YouTube*, gli *YouTubers* possono 'post' dei video per 'reply to' e 'comment on' video postati in precedenza.
- *blogs* → textual discourse
- *YouTube* → il dialogo è tramite videoclips.

WikiLeaks

- Fondata da Julian Assange
- Pubblica leaked documents forniti dai suoi media partners
- Ha scosso le roccaforti dei poteri mondiali, soprattutto americani, pubblicando rapporti dettagliati su
 - guerre in Afghanistan e Iraq
 - Centro di detenzione a Guantánamo Bay
 - Assassini in Kenya
 - Rifiuti tossici in Costa D'Avorio



YouTube, blogs, *Twitter*, *Facebook*, and *Wikileaks*, tra gli altri, costituiscono quello che Craig (2011: 143) definisce “the landscape of independent and community journalism”.

Journalistic writing

- Journalism has changed a lot particularly over the last five years.
- **What makes ME different and unique?**
- Study the publication you want for: WHO IS THE READER?



**Don't go where the puck is,
go where the puck is going to be**

Get into the psychology of the readership

Zeitgeist

Finden, nicht erfinden



START SMALL, aim high

‘When Candidate A says it’s raining and Candidate B says it’s sunny, a journalist should be able to look outside.’

CAMPBELL BROWN, CNN anchor, on accusations of bias in the network’s coverage of the presidential campaign

Useful references:

Chouliaraki, Lilie. 2010. Self-mediation: New media and citizenship. *Critical Discourse Studies* 7/4. 227-232.

Craig, David. 2011. *Excellence in Online Journalism. Exploring Current Practices in an Evolving Environment.* London: SAGE.

Devereux, Eoin 2007. *Understanding the Media.* London, SAGE.

Facchinetti, Roberta 2015. *Dizionario Giornalistico Italiano-Inglese.* Torino: Giappichelli Editore.

Facchinetti, Roberta, Nicholas Brownlees, Birte Bös, Udo Fries 2012. *News as Changing Texts: Corpora, Methodologies, and Analysis.* Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Fortunati, Leopoldina, Mauro Sarrica 2011. «Insights from journalists on the future of the press». *Communications* 36: 123-146.

Garden, Mary 2011. «Defining blog: A fool's errand or a necessary undertaking», *Journalism* 13/4: 483-499.

Lee Wright, Peter 2010. *New Media, Old News.* London: SAGE.

Reese, Stephen D., Lou Rutigliano, Kideuk Hyun and Jaekwan Jeong. 2007. Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena. *Journalism* 8/3. 235-261.

Wardle, Claire ed. (2013) *Little, Social Newsgathering: A Collection of Storyful Blog Posts.* Storyful.