



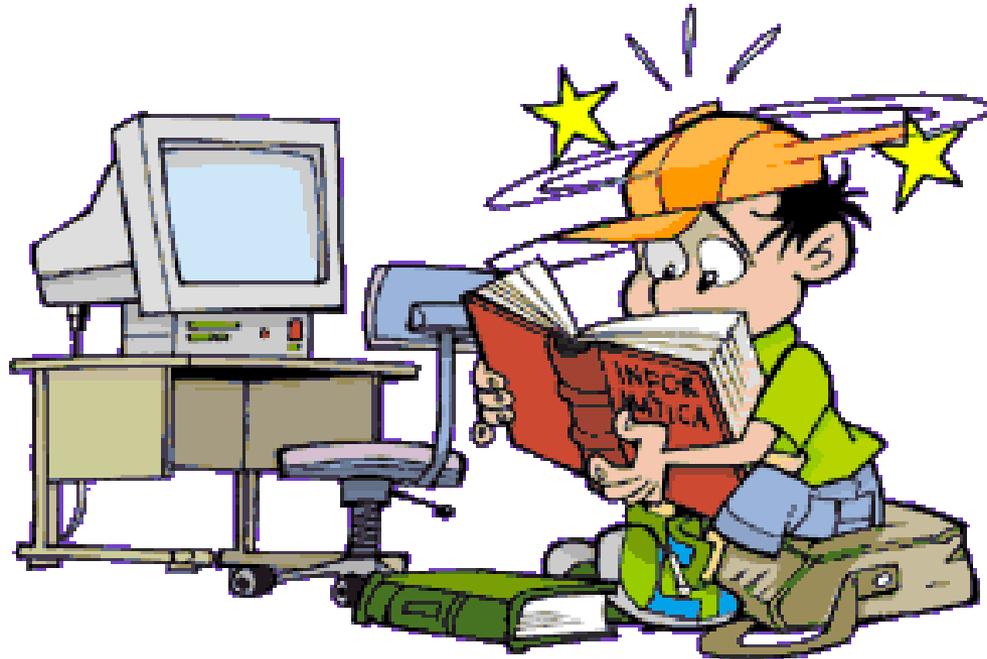
NEWS

DAL MIO PAESE

PROGETTO DI GIORNALISMO
LOCALE PARTECIPATO

Formazione operatori della comunicazione Modulo "A" IL TESTO

Nozioni di giornalismo



A cura di Marco Gasparini



**Presentazione e conoscenza:
Chi sono, cosa faccio, cosa vorrei fare,
cosa mi aspetto dal corso e ...**

Alcuni concetti di fondo

Introduzione

Le repentine trasformazioni tecnologiche stanno mutando il modo di comunicare di tutti noi, il "sapere" si trasmette in modi nuovi e si modificano anche gli stili di vita.

La comunicazione mediatica, continua e prorompente, genera essa stessa "cultura" senza che noi ce ne rendiamo conto.



Le antenne sui tetti

Se al centro della comunicazione non c'è la persona, le cose si fanno difficili.

Mettiamoci in ascolto dell'altro

Le antenne sui tetti non devono diventare il segno dell'incapacità di comunicare.

Abbiamo 2 orecchie e una sola bocca per ascoltare di più e parlare di meno!



Risorsa o Rischio?



I media sono indispensabili per la crescita dei singoli e della società, tuttavia possono essere portatori di rischi per ognuno di noi. Immersi in questa realtà mediatica rischiamo, infatti, di staccarci dalla vita reale: noi non siamo dentro un film!

Usiamo i media con capacità critica, essi sono una opportunità di sviluppo per i popoli, ma anche mezzi di discriminazione e mercificazione se usati per l'interesse di pochi. Per questo necessitano criteri di utilizzo.

Agenti di cultura



I media possono arrivare a plasmare o modificare il nostro pensiero e pertanto sono veri e propri “Agenti di Cultura”. Essi parlano una propria lingua tanto da condizionare la nostra esistenza e sensibilità, possono inoltre modificare la percezione del tempo e dello spazio.

Spettatori o Protagonisti?

Per non essere spettatori passivi di un sistema mediatico in continua evoluzione è bene vigilare su:

- ❖ **Valori:** *non lasciamoci "fregare" dal pensare alla vita come esteriorità.*
- ❖ **Relazioni profonde:** *non perdiamo la capacità di intessere relazioni profonde con le persone.*
- ❖ **Ricerca della verità:** *andiamo oltre la notizia, non tutto ciò che è opinione è verità.*

Essere spettatori di un evento per mezzo dei media non vuol dire conoscere quell'evento !!!



L'uomo fatto per la relazione:

- ❖ per sua natura si relaziona con gli uomini, con la natura;
- ❖ comunica con il corpo, in uno spazio e in un tempo preciso;
- ❖ per comunicare usa dei mezzi (suoni, immagini, testi) e degli strumenti (internet, tv, radio, giornali).

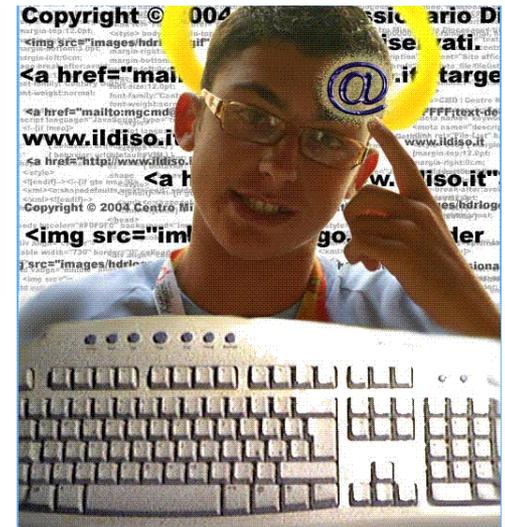


L'operatore della comunicazione

E' un esperto di linguaggi mediatici, capace di dialogare con tutti magari proveniente da ambienti diversi.

Ha un nuovo modo di pensare, giovane, conosce la musica, l'informatica, l'arte ecc.

E' un appassionato di comunicazione e promuove ogni forma di dialogo lavorando in "RETE" con tutti.



Il giornalista



ORDINE
DEI
GIORNALISTI

E' un esperto di comunicazione iscritto all'ordine regionale dei giornalisti come:

- Giornalista Professionista (svolge la professione come attività principale, ha superato un esame di stato).
- Giornalista Pubblicista (non è la sua attività principale, viene iscritto all'albo dopo 2 anni di comprovata attività retribuita presso una testata giornalistica).

Ha obbligo di formazione continua con 60 crediti ogni 3 anni di cui 20 di deontologia.

Deve rispettare leggi e carte deontologiche.

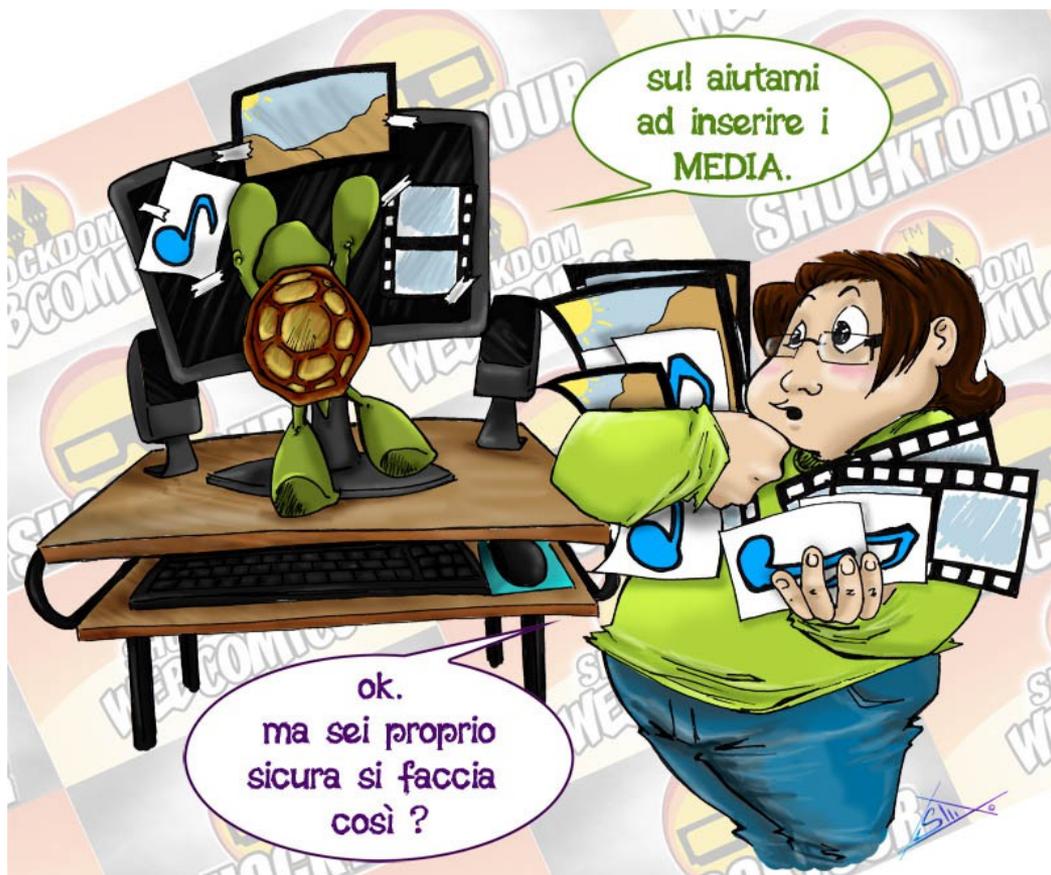


www.disegnidacoloraregratis.it

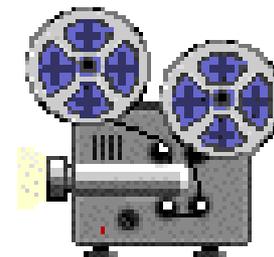


Questione etica

- ❖ Gli operatori della comunicazione hanno una grossa responsabilità: agire con professionalità nel rispetto della verità (quale verità?).
- ❖ Non fare confusione tra "Bene" e "Male", mettere il bene comune al primo posto!
- ❖ Non tacere di fronte a chi deforma i fatti per interesse personale.



Il cambiamento



Un buon operatore deve essere capace di:

- ❖ Utilizzare i media
- ❖ Parlare nuovi linguaggi
- ❖ Usare nuove tecnologie
- ❖ Usare i media in modo sistematico
- ❖ Formare e formarsi
- ❖ Creare sinergia tra iniziative mediatiche



Passiamo alle cose pratiche

Il Giornalista

Il ruolo dei mass-media è andato sempre crescendo in questi ultimi tempi, tanto che esso è diventato indispensabile per narrare al mondo gli eventi della storia.

Il Giornalista/operatore della comunicazione deve avere la capacità di raccogliere ed esprimere le attese e le esigenze del nostro tempo, di offrire gli elementi per una lettura della realtà. Questo lavoro necessita di studio, di sensibilità, di esperienza, come tante altre professioni, ma comporta una particolare attenzione nei confronti della verità, della bontà e della bellezza.

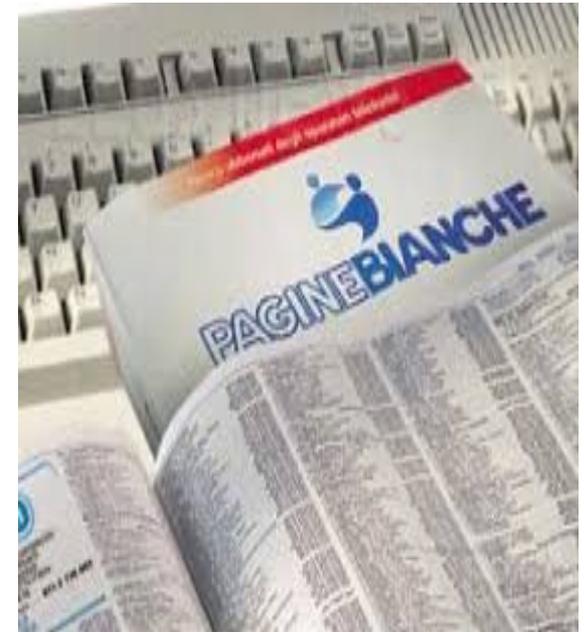


Il concetto di Notizia

La notizia non è la verità, ma **UNA verità** poiché implica una discrezionalità di valutazione. L'unico libro di Verità è l'elenco telefonico!

Una notizia diventa tale al momento in cui si riconosce la sua importanza per il lettore, essa è il risultato di una selezione di tante altre che non diventano tali.

(Problematica delle Agenzie Stampa e della teoria dell'agenda setting...).



La Notiziabilità

1. Novità
2. Vicinanza
3. Dimensione
4. Comunicabilità
5. Drammaticità
6. Conflittualità
7. Conseguenze pratiche
8. Interesse Umano
9. Idea di progresso
10. Prestigio sociale

Cose deve contenere la notizia

- Chi? (Soggetto dell'azione)
- Dove? (luogo in cui è avvenuto il fatto)
- Quando? (tempo, anno, mese, giorno ora ..)
- Cosa? (cosa è accaduto, racconto del fatto)
- Perché? (motivo che ha dato il via al fatto)

Compito della notizia

Compito della notizia è informare e **NON** avvertire, istruire o divertire.

Notizia e verità non sono la stessa cosa!

La notizia non è l'esposizione di un fatto "grezzo" ma una sua rielaborazione.



Le Fonti della notizia

Le fonti non ci danno la verità ma una loro verità, esistono:

Fonti primo livello: Credibili e attendibili sono quelle istituzionali (ministri, sindaci, docenti, sindacalisti, Magistrati, ecc.)

Fonti di secondo livello: l'attendibilità è affidata alla stessa citazione giornalistica, (un testimone oculare, un passante, uno spettatore).

La verifica

Regola: la notizia deve essere manifesta e misurabile.
La notizia e la sua fonte vanno sempre
VERIFICATE.

Altre fonti indirette, secondarie sono le Agenzie di stampa es. AGI, Reuters, ANSA (Agenzia Nazionale Stampa Associata nata nel 1945 cooperativa di editori. Esse producono e distribuiscono notizie).

I generi

1. L'articolo di fondo

2. L'editoriale

3. Il commento

4. La rubrica

5. Il servizio

6. Il resoconto

7. Il reportage

8. La biografia

9. Il coccodrillo

10. L'intervista

L'intervista, come fare?

- Fare domande semplici.
- L'intervista va preparata con un elenco di domande.
- Fare le domande che vorrebbero fare i lettori.
- Riproporre le questioni eluse e Registrare tutto.
- Usare il dialogo diretto mettendo tra "...” le risposte dell'intervistato.
- Rimanere fedele al senso delle risposte se vengono tagliate.

Come scrivere

- NON usare verbi inventati "evidenziare, potenziare, disattendere, ".
- Non usare i francesismi: "a mio avviso".
- NON usare le frasi fatte: "madre snaturata, folle omicida, agghiacciante episodio, in preda ai fumi dell'alcol, nell'occhio del ciclone, apposita commissione, ordinaria follia, Azienda Italia".

Semplificare

Mai usare metafore, eliminare le parole lunghe o complicate se si può dire la stessa cosa con parole semplici e brevi!

es....~~paraclito~~...consolatore...

Non usare termini tecnici, abbreviazioni, termini stranieri: Pec, cup, cud, cid, gip. Rup. Durc. Iuc, ecc.

Il Pezzo

- L'attacco o "lead" (40 parole) può essere:
 - a) una enunciazione,
 - b) una situazione,
 - c) una dichiarazione,
 - d) una domanda.
- Il Focus o parte centrale dove si riprende il lead e lo si arricchisce seguendo una gerarchia dei fatti precedentemente studiata.
- Il riepilogo.
- La conclusione (giudizio opzionale).

La titolazione

- L'occhiello: sopra il titolo, è più lungo e ci dice qualcosa in più senza svelare tutto (presenta la notizia).
- Il titolo: 3 parole, accattivante e curioso (espone la notizia).
- Il sommario: (chiarisce la notizia), 1 riga.
- Il catenaccio: o secondo sommario, più righe, chiude il titolo.



L'immagine - cenni

Portati sempre dietro la fotocamera

Muoviti non sei di legno

Soggetti Vivi

Controlla lo sfondo (togli ciò che è di troppo)

La regola dei terzi

Includi un primo piano

**Tieni la macchina
ferma e scatta**

**Togli il superfluo
dall'inquadratura**



Buon lavoro

**Ed ora non ci resta che
augurarvi Buon
Lavoro!**

