



# Il Giornalismo Scolastico

A cura di: dott. Marina Pignatelli

**"Scuola e nuove forme  
del comunicare online"**

**2-4-6 marzo 2009**

# IL GIORNALE SCOLASTICO

## SOMMARIO

Il giornale scolastico .....	2
1. Come reperire buone immagini? .....	3
2. Come nasce un articolo di giornale .....	3
3. Presentazione delle opinioni .....	4
4. Alcune semplici strategie giornalistiche .....	4
5. Scelta del titolo .....	5
6. Giornalismo e nuove tecnologie tra i banchi di scuola.....	6
7. A diversi mezzi corrispondono diverse modalita' di lettura.....	6
8. Cinque principi per un giornale on line di successo .....	6
• Scrivere un titolo: .....	6
• L'abstract .....	7
• Il collegamento ipertestuale "link.....	7
9. L'abc del giornalista.....	7

La redazione di un GIORNALE SCOLASTICO è uno strumento efficace per dar voce agli alunni, unificare molteplici interessi e attività, promuovere la creatività, per favorire una partecipazione responsabile alla vita della scuola.

È anche un modo per sfruttare la potenzialità didattica di questo tipo di attività: si incanalano diverse competenze (comunicative, grafiche, logiche, sociali, relazionali, operativo - manuali, informatiche), si attiva la fantasia e si sviluppa il senso critico.

Nella redazione sono coinvolti gli studenti, ma giocano un ruolo importante anche i docenti.

Essi diventano coordinatori, referenti e supervisori del lavoro giornalistico dei ragazzi, trasmettendo loro i principi elementari della deontologia e correttezza giornalistica.

Un giornale scolastico deve essere interprete dell'opinione comune dell'ambiente scolastico.

Creare un giornale e pubblicarlo presuppone una redazione, cioè un'organizzazione di base, nella quale ogni singola persona ha un ruolo ben preciso.

Le persone che materialmente creano il giornale sono i giornalisti, il redattore capo e l'impaginatore:

- il giornalista è colui che scrive l'articolo riferendo fatti ed eventi di carattere culturale, sportivo, di attualità, politico, economico, ecc... ;
- il redattore capo si occupa della scelta degli articoli da pubblicare;
- l'impaginatore si occupa del menabò, cioè della disposizione di titoli, articoli e foto nelle varie pagine del giornale.

Il biglietto da visita di un giornale è la sua **prima pagina**, la più importante.

Nel suo menabò troviamo la testata, il nome che si vuol dare al giornale, collocata in alto, al centro. La testata viene scritta con caratteri grossi e, per quanto fantasiosa possa essere, è bene che sia chiaramente leggibile.

L'articolo a sinistra della prima pagina è definito editoriale; quello più importante, a destra di chi legge, è l'articolo di spalla; in fondo al foglio l'articolo di fondo o corsivo è a carattere polemico o spiritoso.

Contribuiscono alla buona riuscita del giornale anche le **abilità grafiche**; per questo sono importanti la scelta delle immagini, dei colori e l'uso delle foto come riflessione sulla relazione fra illustrazione e testo scritto.

## 1. COME REPERIRE BUONE IMMAGINI

È necessario individuare tra i collaboratori della classe o dell'istituto il “fotografo” della redazione. L'alternativa è scaricare le immagini dalla rete purché siano libere dal copyright.

## 2. COME NASCE UN ARTICOLO DI GIORNALE

L'articolo di giornale è principalmente un testo che informa su una *notizia*, che racconta un *fatto*, cercando di esporre il maggior numero di elementi necessari a capirlo; può essere più o meno lungo, a seconda dell'importanza della vicenda descritta, ma deve mettere in grado il lettore di comprendere chiaramente il tema trattato.

Le fonti da cui i giornalisti traggono le informazioni sono le istituzioni, le forze dell'ordine, le aziende.

Molte notizie vengono raccolte dalle agenzie di stampa, ma per approfondire l'argomento il giornalista deve svolgere ricerche, inchieste, investigazioni.

Dopo aver raccolto le notizie, si prepara una scaletta dei temi da trattare per chiarire l'argomento. L'ordine della struttura dell'articolo dovrebbe rispettare lo schema classico, diviso in **tre parti**:

- **Attacco o introduzione dell'argomento:** esposizione degli elementi utili a riassumere il senso e ad evidenziare la rilevanza dell'argomento trattato. Dovrebbe indurre il lettore a provare interesse al tema e quindi a proseguire nella lettura dell'articolo. È quindi necessario che le prime frasi siano chiare, accattivanti e capaci di presentare l'argomento in modo sintetico.
- **Sviluppo del tema:** è la trattazione dell'argomento, che deve consentire al lettore di conoscere tutte le vicende ad esso relative.
- **Conclusioni:** contengono le opinioni personali di chi scrive, le proposte, una previsione dei possibili sviluppi o la messa in luce delle diverse implicazioni relative al fatto.

### 3. PRESENTAZIONE DELLE OPINIONI

Per capire più a fondo le diverse implicazioni di un fatto è opportuno **evidenziare le varie opinioni** che si possono avere su di esso.

Le opinioni possono essere inserite all'interno dello svolgimento o alla fine: basta che sia sempre ben chiaro che si tratta di un commento, di cui è necessario chiarire la fonte, cioè la persona che lo formula.

Un testo giornalistico può esporre l'opinione di chi scrive: è il caso di giornalisti prestigiosi, i cui articoli si leggono proprio per sapere cosa l'autore pensa su quel determinato argomento.

Non esiste una narrazione imparziale ed oggettiva: se però si prendono in considerazione i diversi aspetti di un problema e i diversi punti di vista, si può fornire una presentazione il più possibile completa dell'argomento, in modo che il lettore possa formarsi una propria opinione personale.

È bene anche tenere presente che una visione soggettiva dei fatti può essere molto interessante, in quanto più coinvolgente e partecipata, purché si fondi su elementi certi e documentabili.

### 4. ALCUNE SEMPLICI STRATEGIE GIORNALISTICHE

Gli articoli devono riportare i fatti in modo **chiaro ed esauriente**.

Secondo il modello classico, derivato dal giornalismo anglosassone, l'articolo deve contenere, fin dall'inizio, le risposte alle cinque W:

- **Who?** (chi?): chi sono i personaggi coinvolti?
- **What?** (che cosa?): che cosa è accaduto?
- **Where?** (dove?): dove si è svolto il fatto?
- **When?** (quando?): quando si è verificato il fatto?
- **Why?** (perché?): quali sono le cause che hanno provocato o favorito il fatto?

Usate un linguaggio medio che sia vicino a quello comunemente usato nella conversazione privata, evitando i “tecnicismi” e le forme dialettali.

Costruite **frasi semplici** dal punto di vista sintattico: soggetto, predicato verbale, complemento, con poche subordinate.

Usate in maniera appropriata la punteggiatura: punti e virgola, virgole, due punti e soprattutto punti, ricordando che quel che più conta è **il ritmo**, la cadenza di ciò che scrivete.

Evitate di eccedere nell’uso degli aggettivi e degli avverbi che rendono il testo ridondante. La scrittura giornalistica necessita di **sintesi** e di scelta accurata di ciascun termine utilizzato.

Metafore e parole straniere vanno usate con moderazione: le prime danno un’impressione di pesantezza e spezzano il ritmo della lettura; le seconde andrebbero tradotte tutte le volte che si può, per la massima comprensibilità.

Abbreviazioni e diminutivi vanno evitati il più possibile: le prime vanno sempre spiegate, i secondi possono essere ridicolizzanti.

Modo e tempo dei verbi: preferite la forma attiva, mai o quasi quella passiva. Non ricorrete alla doppia negazione, causa di appesantimento e scarsa chiarezza. Quanto ai tempi, possiamo usarne di diversi, ricordando, però, che il **presente indicativo** conferisce *pathos* al racconto, mentre gli altri tempi limitano il coinvolgimento emotivo.

#### NON DIMENTICATE:

- di evidenziare le parole e le frasi chiave;
- di controllare gli errori ortografici;
- di verificare la concatenazione logica tra le varie parti (temporale, causale, consecutiva, avversativa ecc...).

## 5. SCELTA DEL TITOLO

Al titolo è affidato il compito di far capire immediatamente l’argomento trattato e di invogliare alla lettura dell’articolo: è quindi un **elemento importante**, a cui prestare molta attenzione.

Per la sua evidenza grafica, **il titolo balza subito agli occhi** e deve quindi dare in breve l’idea di ciò che è contenuto nel testo.

Deve inoltre facilitare il lettore nella ricerca di una determinata notizia, per cui deve essere **chiaro e accattivante** allo stesso tempo, contenere tutte le informazioni necessarie per illustrare l’argomento, ma allo stesso tempo presentarle in modo originale e attraente.

Distinzione tra **titoli freddi** (es. “Il consorzio nomina un consulente esterno”), puramente informativi, e **titoli caldi** (“La febbre del gioco dilaga all’infinito”), che suscitano sentimenti ed emozioni.

Tra i titoli caldi troviamo anche quelli cosiddetti “**gridati**”, pensati cioè per fare sensazione, per incuriosire e attirare l’attenzione.

Il titolo è preceduto dall’occhiello ed è seguito dal catenaccio, che ha la funzione di completare il contenuto informativo del titolo (luogo, personaggi coinvolti, arco di tempo).

La scelta del titolo viene fatta in genere ad articolo concluso, quando sono chiari tutti gli elementi presenti del testo, in modo da essere ben sicuri che il titolo corrisponda a ciò che si è scritto.

## 6. GIORNALISMO E NUOVE TECNOLOGIE TRA I BANCHI DI SCUOLA

La telematica e la multimedialità hanno mutato la metodologia didattica. Esiste oggi la necessità di investire in iniziative di formazione e di promuovere l'alfabetizzazione informatica dei docenti e degli studenti.

Il nuovo orientamento degli Istituti Scolastici è quello di fare informazione in rete: questo consente ai ragazzi di vivere appieno un'esperienza giornalistica e al contempo acquisire dimestichezza nell'uso del pc, con una sensibile riduzione di costi.

Il giornale scolastico nella versione multimediale subisce, però, alcuni cambiamenti, legati alle differenze dei mezzi:

- Giornale Vs Computer.
- La fruizione del navigatore è diversa da quella del tradizionale lettore di giornali cartacei. È necessario catturare la sua attenzione sia a livello visivo che a livello contenutistico, adoperando uno stile più snello, efficace e d'impatto.

## 7. A DIVERSI MEZZI CORRISPONDONO DIVERSE MODALITA' DI LETTURA

A livello grafico ci sono degli accorgimenti da seguire:

Scegliete **caratteri** che vengono letti da ogni browser: **arial, calibri, courier, helvetica, verdana**.

Evitate l'uso dei cosiddetti font con le grazie come Harlow Solid Italic, Edwardian Script ITC.

Se il sito internet viene creato per un pubblico di lettori giovane ci si può sbizzarrire con la scelta di caratteri particolari, ma che consentano sempre una lettura agevole.

Per il corpo del testo il **colore** più indicato è sempre il nero. Giocate con i colori per i titoli e le parole da evidenziare. Evitate invece di sovraccaricare il sito con le animazioni.

## 8. CINQUE PRINCIPI PER UN GIORNALE ON LINE DI SUCCESSO

- la **territorialità**, ovvero la dimensione locale delle notizie (es. un quotidiano on line di una città);
  - la **verticalità**, ovvero la specializzazione nei confronti di determinati argomenti indirizzati a un pubblico ben determinato (es: un quotidiano sul calcio dilettantistico);
  - la **personalizzazione**, ovvero la possibilità per il lettore di costruirsi un'informazione su misura, selezionando gli argomenti di proprio interesse e creando quindi un quotidiano "on demand";
  - l'**interattività**, la possibilità di agire nel giornale, postando commenti, partecipando a sondaggi, votando le notizie, ecc.;
  - i **contenuti multimediali** e quindi la possibilità attraverso le nuove tecnologie di inviare informazioni sul cellulare, prevedere e inviare video, immagini, comunicare attraverso il digitale terrestre ecc.
- **Scrivere un titolo:** il titolo spesso è l'unica cosa che viene letta. La differenza rispetto al cartaceo è che tra il titolo e il contenuto di un giornale on line si frappone il "clic". Un titolo con un breve abstract deve stimolare il lettore a cliccare e a passare quindi a leggere

l'articolo. Il titolo deve essere breve, in modo che possa essere **letto in un colpo d'occhio** e deve essere un richiamo in grado di sollecitare l'interesse dell'utente, ma non tale da essere giudicato una scorrettezza. Vanno benissimo il maiuscolo e il grassetto per affermare la priorità rispetto al resto.

- **L'abstract:** è un breve riassunto del testo, **un concentrato della notizia** che dà a colpo d'occhio l'impressione al lettore di conoscere l'argomento della notizia senza leggerla integralmente. Deve essere scritto molto accuratamente e non deve superare i 350 caratteri spazi inclusi.
- **Il collegamento ipertestuale "link":** serve per unire due elementi come due testi, un testo una foto, una foto e un file multimediale ecc. Inserire il link, all'interno della notizia o alla fine, invita il lettore ad approfondire l'argomento e a consultare ulteriori documenti.

## 9. L'ABC DEL GIORNALISTA

### A

- **Accredito:** Autorizzazione garantita dalla testata che permette l'accesso a strutture o sedi istituzionali.
- **Acronimo:** Parola composta dalle sillabe iniziali di alcune parole.
- **Andare in macchina:** Momento in cui il giornale è pronto per la stampa.
- **Apertura:** Articolo pubblicato in prima pagina, dedicato alla notizia più importante del giorno.
- **Attacco:** Parte iniziale di un articolo che fornisce al lettore gli elementi sostanziali della notizia.

### B

- **Battuta:** E' l'unità di misura della lunghezza del pezzo. In genere indica le lettere.

### C

- **Cappello:** Breve testo che precede l'articolo, composto in caratteri più grandi.
- **Catenaccio:** Ulteriore titolo posto sotto a quello principale come una sorta di sommario dell'articolo.
- **Censura:** Azione preventiva attraverso la quale un potere governativo impedisce la pubblicazione di determinate notizie.
- **Civetta:** Segnalazione in prima pagina di un articolo posizionato nelle pagine interne del giornale.
- **Cocodrillo:** Articolo commemorativo, già confezionato, su un personaggio pubblico che viene pubblicato in occasione della sua scomparsa.
- **Codice interno:** Insieme di norme linguistiche e deontologiche che ogni testata diffonde in redazione per uniformare il lavoro dei diversi giornalisti.
- **Colpo giornalistico:** Rivelazione sensazionalistica di un fatto sconosciuto al pubblico. Equivale all'inglese scoop.
- **Commento:** Articolo che non descrive un fatto, ma esprime un'opinione o un'interpretazione. In genere affianca un articolo in cui vengono riportate le notizie del momento.
- **Conferenza stampa:** Evento a cui vengono invitati i giornalisti di tutte le testate interessate all'argomento. Può essere indetta da un personaggio conosciuto, da un ente pubblico, da una impresa o da chiunque possa comunicare notizie di interesse giornalistico.

### D

- **Deontologia:** E' l'insieme delle norme che regolano il comportamento professionale

## E

- Editore: Colui che detiene la proprietà di un'impresa editoriale che pubblica giornali, o che trasmette trasmissioni televisive o radiofoniche a carattere giornalistico e informativo, che stampa in proprio o affidandoli ad altre imprese tipografiche.
- Editoriale: Articolo principale, in genere non firmato, pubblicato sulla prima pagina. Esprime il parere della testata sul fatto politico, sociale, economico più rilevante del giorno. E' generalmente attribuita al direttore.
- Errata corrige: Scritta che compare su un giornale per segnalare e correggere un errore compiuto nel numero precedente.
- E-zine: Electronic Magazine. Testata o rivista elettronica pubblicata in Internet.

## F

- Fondo: Commento autorevole ad un fatto di notevole importanza collocato quasi sempre in prima pagina.
- Freelance: Il giornalista indipendente che vende articoli e servizi sia ai giornali che alle agenzie, senza essere assunto da nessuna testata e senza avere contratti di collaborazione in esclusiva.

## H

- Header: Intestazione della pagina web. Contiene il nome del giornale, il logo, le informazioni circa la registrazione della testata presso il Tribunale di competenza e, a volte, un banner pubblicitario.

## I

- Inchiesta: Indagine approfondita su un fatto o un ambiente particolare. Richiede un'accurata raccolta di informazioni, dati, interviste e documenti. Ha lo scopo di portare alla conoscenza dell'opinione pubblica fatti inediti o clamorosi.

## N

- *Numero zero*: *Copia di prova* del giornale prima della sua pubblicazione

## O

- Occhiello: Frase posta sopra il titolo che introduce l'articolo. Talvolta viene stampato in negativo, ossia in lettere bianche su fondo nero.
- Opinionista: Giornalisti o personalità che commentano le notizie, attraverso articoli di fondo o rubriche fisse.

## P

- Polpettone: Articolo confuso e disordinato.
- Praticante: Colui che è stato assunto da una testata con contratto di praticantato di 18 mesi e risulta iscritto nell'apposito elenco dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti della propria regione di appartenenza.
- Puro: Editore che svolge unicamente attività editoriale.

## R

- Rassegna stampa: Raccolta di articoli di diverse testate su uno stesso argomento.
- Recensione: Resoconto di uno spettacolo, o giudizio imparziale di un libro o di un prodotto.
- Reporter: Giornalista che lavora fuori dalla redazione.
- Ristampa: Tiratura supplementare che può essere eseguita quando tutte le copie già stampate sono esaurite.

## S

- Sala stampa: Spazio riservato al lavoro dei giornalisti e dotato di tutte le attrezzature necessarie, come computer, telefono, fax, ecc...

- Smentita: E' una dissociazione dell'intervistato dalle dichiarazioni che una testata gli attribuisce
- Sopralluogo: Visita o ispezione effettuata dal giornalista che conduce un'inchiesta.

### T

- Testata: Titolo della pubblicazione, posto in alto in prima pagina.

### U

- Ufficio stampa: L'ufficio che per conto di un'azienda, di un'impresa, di un'associazione o di ente pubblico è incaricato di gestire i rapporti con gli organi d'informazione.
- Urgente: Notizia che viene diramata immediatamente dalla agenzia di stampa appena ricevuta, senza aspettare l'ordine di precedenza.

### V

- Vaticanista: Giornalista specializzato in questioni riguardanti la Chiesa in generale e la Città del vaticano in particolare.
- Vignetta: Disegno che si propone, attraverso la satira, di mettere a nudo i difetti di un personaggio, di un ambiente o di una consuetudine sociale.

### W

- Web content: Responsabile dei contenuti di siti Internet.
- Web editor: Redattore multimediale che cura gli ipertesti di siti Internet

### Z

- Zakazuka: Pratica, di origine russa, in base alla quale gli editori richiedono pagamenti per la pubblicazione di notizie in cui vengano citate le aziende committenti.