
Testi del Syllabus

Resp. Did.	FONTANAROSA RINALDO	Matricola: 130903
Anno offerta:	2015/2016	
Insegnamento:	SCE - LABORATORIO DI GIORNALISMO POLITICO ED ECONOMICO	
Corso di studio:	LM2PG - GOVERNO E POLITICHE	
Anno regolamento:	2014	
CFU:	4	
Settore:	NN	
Tipo Attività:	F - Altro	
Anno corso:	2	
Periodo:	Primo Semestre	

Testi in italiano

Tipo testo

Testo

Obiettivi Formativi Del Corso / Course Formative Objectives

Il Corso si propone di insegnare agli studenti come scrivere gli articoli tipici del giornalismo politico (la cronaca dal Parlamento, il retroscena, l'intervista, l'inchiesta) e del giornalismo economico. Spiegherà, in particolare, come scrivere con finalità di divulgazione gli articoli sui temi economici complessi. Gli iscritti si cimenteranno in continue esercitazioni di scrittura giornalistica per la carta stampata, per Internet, per la radio, per la televisione. Il Corso si propone anche di spiegare come funzionano le applicazioni per smartphone utili al lavoro del cronista, e di quali software e hardware il cronista politico ed economico deve dotarsi nell'era della multimedialità. Il Corso, inoltre, dedicherà alcune lezioni al tema della diffamazione a mezzo stampa. Altro obiettivo del Corso sarà spiegare come il giornalista professionista utilizza i social network (anche come fonte per trovare notizie) e come verifica l'attendibilità dei contenuti che sono diffusi ad esempio via Twitter dagli iscritti al social network.

Prerequisiti / Prerequisites

Libri consigliati - Best Business Writing 2014
(Dean Starkman - Columbia University Press, Usa - 2014)
- Online Reporting of Elections
(Einar Thorsen - Routledge - 2014)

Contenuti Del Corso / Course Contents

- 1) La scrittura: l'attacco del pezzo (per la carta stampata, Internet, la radio, la televisione)
- 2) La scrittura: la struttura del pezzo. Gerarchia dei temi e connessioni logiche
- 3) La scrittura: il finale del pezzo
- 4) L'intervista: dalla preparazione alla scrittura (per la carta stampata, per Internet)
- 5) L'intervista e la diffamazione: che cosa fare se l'intervistato attacca o insinua
- 6) La conferenza stampa: dove sedere, che cosa chiedere, come studiare gli altri giornalisti
- 7) La conferenza stampa: le attrezzature per filmare, fotografare e per la diretta televisiva
- 8) L'arte della titolazione (per la carta stampata, Internet, la radio, la televisione)
- 9) Come misurare la produttività dei politici eletti
- 10) Come costruire grafici e tabelle nel data journalism
- 11) Le applicazioni per filmare (anche in diretta), fotografare,

Tipo testo

Testo

trasmettere, scrivere

12) Il Brand Journalism: le aziende promuovono relazioni con i clienti grazie a contenuti giornalistici

Programma Esteso E Materiale Didattico Di Riferimento:
Settimana 1, Lezione 1 / Extended Program And Reference Reading Material:
Week 1, Lesson 1

Arthur Schopenhauer diceva che lo scrittore è un architetto. Non improvvisa mai. Al contrario, prima di scrivere, realizza il progetto architettonico del suo scritto. Questa regola vale anche per l'articolo giornalistico, che richiede forti collegamenti logici tra le sue parti. L'articolo deve anche collocare le notizie più importanti nelle parti iniziali, in base al principio della gerarchia.

Libri di riferimento.

È più facile scrivere bene che scrivere male (Massimo Birattari, Ponte alle Grazie Storie, 2011)

Best Business Writing 2014 (Dean Starkman - Columbia University Press, 2014)

Programma Esteso E Materiale Didattico Di Riferimento:
Settimana 1, Lezione 5 / Extended Program And Reference Reading Material:
Week 1, Lesson 5

Il giornalista economico intervista amministratori delegati di importanti aziende, presidenti delle commissioni parlamentari, sindacalisti esperti. Per questo, prima di ogni intervista, il giornalista è tenuto ad una preparazione molto attenta. Ma nello stesso tempo, il giornalista deve essere capace di improvvisare quando l'intervistato gli propone notizie inattese.

Libri di riferimento.

Interview (Claudia Dreifus, Seven Stories Press, 1999)

Programma Esteso E Materiale Didattico Di Riferimento:
Settimana 3, Lezione 1 / Extended Program And Reference Reading Material:
Week 3, Lesson 1

L'intervista è un tipo di articolo molto rischioso, soprattutto per il giornalista politico. I deputati e gli eurodeputati, protetti dall'immunità, sono soliti rivolgere accuse molto forti ai loro avversari. Il giornalista ha il dovere di riportare tutto quello che l'intervistato gli dice, ma non può anche fare da cassa di risonanza ad accuse non vere oppure esagerate nei toni, pena una condanna per diffamazione.

Libri di riferimento.

Le regole dei giornalisti: Istruzioni per un mestiere pericoloso (Caterina Malavenda, il Mulino, 2012)

Programma Esteso E Materiale Didattico Di Riferimento:
Settimana 4, Lezione 1 / Extended Program And Reference Reading Material:
Week 4, Lesson 1

La conferenza stampa è un appuntamento abituale per il giornalista che si occupa di politica e di economia. In questo contesto, il giornalista deve decidere la sua strategia e, in particolare, dove sedere, quali domande fare, come reagire alle domande dei suoi colleghi. Il giornalista, inoltre, deve portare con se gli strumenti (ad esempio, i microfoni, i registratori, le fotocamere, le videocamere, gli smartphone) che gli permettano di documentare l'evento.

Libri di riferimento.

Press Conference (Harold Pinter, Faber & Faber Plays, 2013) - Testo teatrale (Play)

Programma Esteso E Materiale Didattico Di Riferimento:
Settimana 5, Lezione 1 / Extended Program And Reference Reading Material:
Week 5, Lesson 1

Molti politici sono attivi e concreti. Molti politici invece sono pigri e poco efficaci. Il giornalista tenta di misurare la loro produttività utilizzando degli indicatori certi, come le presenze ai lavori dell'aula e delle commissioni, le proposte di legge che hanno presentato, gli emendamenti che hanno depositato e sono stati accolti, le interrogazioni. Ma non è semplice mettere a punto una metodologia inattaccabile.

Libri di riferimento.

Colti sul fatto (Marco Travaglio, Garzanti, 2010)

Programma Esteso E Materiale Didattico Di Riferimento:
Settimana 6, Lezione 1 / Extended Program

Il giornalista politico ed economico deve avere confidenza con una serie di strumenti tecnologici d'avanguardia. Il drone può fotografare o filmare dall'alto un'azienda di cui si sta scrivendo. I Google Glass permettono di realizzare interviste molto originali (come quella di Mario Calabresi, direttore della Stampa, al presidente del Consiglio Matteo Renzi, ad aprile del 2014). Viaggio nel futuro prossimo della professione giornalistica.

Tipo testo

**And Reference
Reading Material:
Week 6, Lesson 1**

Testo

Libri consigliati.

Remotely Piloted Aircraft System (David Goldberg, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2013)

**Programma Esteso E
Materiale Didattico Di
Riferimento:
Settimana 7, Lezione
1 / Extended Program
And Reference
Reading Material:
Week 7, Lesson 1**

Il giornalista politico ed economico deve essere multimediale. Deve essere capace, dunque, di scrivere per tutti i media presenti e futuri, dal giornale su carta ad Internet, dalla radio alla televisione. Il giornalista politico ed economico deve essere capace, peraltro, di usare tutti i software più importanti, in particolare quelli per il montaggio audio e per il montaggio video.

Libri consigliati.

The Online Journalism Handbook (Paul Bradshaw, Lisa Rohumaa, Routledge, 2013)

Sito di riferimento

www.attgiornalismo.it

**Programma Esteso E
Materiale Didattico Di
Riferimento:
Settimana 8, Lezione
1 / Extended Program
And Reference
Reading Material:
Week 8, Lesson 1**

Applicazioni che permettono di fotografare e di realizzare decine di scatti al minuto. Applicazioni che permettono di riprendere e trasmettere un video in diretta. Applicazioni che permettono di ritagliare una fotografia nelle dimensioni necessarie alla sua pubblicazione. Le app sono la parte intelligente dei nostri smartphone e dei nostri tablet e sempre più spesso aiutano il giornalista nel suo sforzo di raccontare la realtà.

**Programma Esteso E
Materiale Didattico Di
Riferimento:
Settimana 9, Lezione
1 / Extended Program
And Reference
Reading Material:
Week 9, Lesson 1**

Il giornalista politico ed economico deve trovare, analizzare, interpretare numeri e dati. Questa attività è talmente importante che un genere si è affermato sotto il nome di data journalism. Questi dati, peraltro, devono prendere la forma di grafici e tabelle. La lezione descriverà tutte le tecniche e tutti i trucchi dell'infografica, anche attraverso una serie di esercitazioni pratiche.

Libri di riferimento.

Infographics. A journalist's guide (James Glenn Stovall, Allyn & Bacon, 1997)

**Programma Esteso E
Materiale Didattico Di
Riferimento:
Settimana 10, Lezione
1 / Extended Program
And Reference
Reading Material:
Week 10, Lesson 1**

. I cittadini sono sempre più spesso i testimoni più diretti degli avvenimenti. Se il presidente del Consiglio va a comprare il latte in bicicletta, sicuramente ci sarà un vicino o un passante pronto a fotografare o filmare la scena. E la foto o il video saranno subito inviate a Twitter o Facebook o Instagram perché tutti siano informati. Ma non è facile controllare che questi contenuti siano autentici.

Social Media at Bbc (Valerie Belair-Gagnon - Routledge - 2015)

**Programma Esteso E
Materiale Didattico Di
Riferimento:
Settimana 11, Lezione
1 / Extended Program
And Reference
Reading Material:
Week 11, Lesson 1**

Il sito della Red Bull non pubblicizza mai la famosa bevanda energetica. Il sito propone, invece, video molto spettacolari e tutti dedicati agli sport estremi. Questo è solo uno degli esempi del Brand Journalism. Le aziende, soprattutto quelle statunitensi, stabiliscono delle relazioni con i loro clienti proponendo loro contenuti (soprattutto video) che hanno un contenuto informativo e giornalistico.

Libri di riferimento.

Brand Journalism (Andy Bull - Routledge - 2013)

**Testi Di Riferimento /
Reference Books**

- Best Business Writing 2014

(Dean Starkman - Columbia University Press, Usa - 2014)

- Online Reporting of Elections

(Einar Thorsen - Routledge - 2014)

- Social Media at Bbc

(Valerie Belair-Gagnon - Routledge - 2015)

Tipo testo

Testo

- The Forbes Model for Journalism in the Digital Age (Lewis DVorkin - Hyperink- 2012)
- Corinnah Kroft e I numeri magici (Renato Di Lorenzo - Gruppo 24 Ore- 2012)
- Brand Journalism (Andy Bull - Routledge - 2013)
- Branded Content. La nuova frontiera della comunicazione d'impresa (Roberto Nelli - Il Sole 24 Ore - 2015)
- Giornalismo e metodo scientifico (P. Meyer - Armando-Luiss - 2006)

Metodologie Didattiche / Teaching Method

didattica frontale ,esercitazioni individuali , lavori di gruppo

Modalita' Di Verifica Dell'apprendimento / Assessment Method

- prova scritta :30 %
- prova orale % :30%
- lavoro individuale svolto durante il corso:20%
- lavoro di gruppo svolto durante il corso : 20 %