



**Schweizer Schiesssportverband
Fédération sportive suisse de tir
Federazione sportiva svizzera di tiro
Federaziun svizra dal sport da tir**

Elementi di un articolo per Tiro Svizzero

Zurigo, 29 agosto 2006

1. Principio

Un articolo per Tiro Svizzero di regola si compone da

- Titolo,
- Lead,
- Riga degli autori e fotografi,
- Body con titoli intermedi,
- Leggende immagini.

2. Titolo

Il titolo è un mezzo ausiliario per facilitare l'approccio all'articolo. Ha funzione di motivazione e di pubblicità. Il titolo deve animare il lettore alla lettura dell'articolo. Esso indica la direzione contenutistica di un articolo. Il titolo contiene un'importante enunciazione dell'articolo. Il titolo viene completato dal cappello (vedi sotto); assieme formano un'unità e rappresentano un breve riassunto dell'articolo.

I tipi diversi di testi giornalistici hanno logicamente diverse costruzioni del titolo: la notizia precisa ha un titolo oggettivo, il commento un titolo che valuta, il saggio libero e socializzante uno che tende allo svago....

I titoli in Tiro Svizzero constano di regola di un titolo principale e di un sopratitolo, detto cappello.

- Il titolo principale è stampato in grande e in grassetto e contiene l'enunciazione principale. Esempio: "Decisi i nuovi statuti della società" oppure «Pinco Pallino vincitore della categoria scolari».
- Il sopratitolo completa il titolo principale. Esso indica per esempio l'attrezzo sportivo, di cui si parlerà nell'articolo: «Fucile 300m». Oppure esso menziona la manifestazione, su cui si riferisce: «Coppa pistola aria compressa per speranze a Kloten».

Il titolo di un articolo oggettivo – dunque di una notizia o di una cronaca – deve rispondere alle seguenti esigenze:

- Esso contiene l'enunciazione principale dell'articolo o vi fa riferimento
- Esso deve essere inequivocabile e comprensibile.
- Non deve – in caso di informazioni e di commenti – avere una tendenza esplicativa.
- Esso contiene al minimo un interrogativo (vedi sotto).
- Esso deve mantenere quanto promette.

I titoli sono brevi e concisi. Essi vengono formulati nel cosiddetto stile da telegramma moderato. Si rinuncia di regola alla formulazione di frasi intere. Inoltre nei titoli manca spesso il verbo. Ciò vale pure per gli articoli determinativi e indeterminativi, come pure per gli aggettivi.

Nel caso in cui si utilizza un verbo lo stesso figura al presente. Il passato remoto viene ammesso quando un evento molto lontano nel tempo riacquista nuova attualità o diventa pubblico per la prima volta. Anche a causa della possibilità di eliminare gli ausiliari, si raccomanda per i titoli l'uso dell'attivo invece del passivo.

La lunghezza di un titolo si adegua all'ampiezza del relativo articolo. Il titolo principale occupa almeno lo spazio fino a metà dell'ultima colonna; in caso di un articolo di quattro colonne, il titolo avrà dunque una larghezza di tre colonne e mezzo. In caso di articoli di una o due colonne sono possibili titoli principali a due piani. In questi casi bisogna stare attenti a separare correttamente. Il sopratitolo non è mai più lungo del titolo principale.

3. Lead

Il lead, chiamato anche cappello, risponde insieme al titolo (vedi sopra) alla domanda, che il lettore presumibilmente porrebbe come prima in relazione al tema in questione. Il titolo ed il cappello si trovano in testa ad un articolo; essi contengono gli aspetti più importanti ed interessanti di un avvenimento o di una manifestazione. Nel lead c'è, quello che si urlerebbe ad un conoscente ancora in fretta

prima che lo stesso scompaia nel tram in partenza. Il lead completa il titolo; esso non ripete quanto c'è già nel titolo, ma offre ulteriori informazioni. Il lead informa su alcuni dei sette interrogativi così importanti per il giornalismo: Chi? Cosa? Dove? Quando? Come? Perché? Da dove?(Quale fonte?)

Da quanto visto finora si desume che alcune informazioni non fanno parte in nessun caso del lead:

- La storia preliminare,
- Le generalità,
- Aspetti cronologici,
- Aspetti di protocollo.

Così siamo passati dal negativo (non: storia preliminare, generalità, aspetti cronologici, aspetti protocollari) al positivo: l'autore di un articolo deve trovare gli aspetti particolari e costruire con gli aspetti più importanti il lead,

Quanto è lungo il lead? Il lead ha una lunghezza tale da poter dare un'informazione che abbia un senso. Detto in altre parole: nel caso in cui si dovesse stampare unicamente il lead, lo stesso dovrebbe corrispondere ad una notizia stringata al massimo. Allora qual è la lunghezza di un lead? Una a due frasi, non più lungo. Esempio: «I tiratori aria compressa Blenio di Torre hanno aumentato di 20 franchi la tassa sociale portandola a 120 franchi. Lo ha deciso l'assemblea ordinaria giovedì al ristorante Orchidea.»

Il lead ha di regola un layout che si discosta da quello del body (corpo): grassetto, scrittura più grande e/o in corsivo.

Gli articoli brevi fino a circa 20 righe stampate di regola non hanno un lead. Gli stessi di solito iniziano con una cosiddetta frase lead, che contiene l'informazione più importante.

4. La riga degli autori

Dopo il lead in Tiro Svizzero segue la riga degli autori. Essa ha la seguente forma:

«Testo: nome cognome»

Se l'articolo è accompagnato da un'immagine, anche il fotografo figura nella riga degli autori e cioè nel modo seguente:

«Immagine (foto): nome cognome»

Gli articoli brevi – fino a 20 righe stampate – non hanno una riga per gli autori. Al suo posto c'è la sigla (abbreviazione) dell'autore all'inizio dell'articolo.

5. Body (corpo) con titoli intermedi (sottotitoli)

Il body forma la parte principale dell'articolo. Esso contiene tutte le informazioni importanti relative ad un avvenimento o ad un tema. Qui, al contrario del lead, c'è posto per diffondere i dettagli. Dapprima vengono trattati gli interrogativi che non avevano trovato posto nel lead. In seguito le altre informazioni, che si vogliono ancora piazzare nell'articolo, trattate in ordine di importanza: la cosa più importante all'inizio, ciò che è un po' meno importante in seguito e le cose non importanti alla fine. Un articolo su un'assemblea dei delegati non comincia dunque con i saluti dei partecipanti da parte del presidente, ma con i dettagli relativi alla decisione più importante. Questo principio permette, in caso di necessità di abbreviare gli articoli cominciando dal fondo, senza che vadano perse informazioni importanti. Seguendo per contro la cronologia, spesso l'informazione più importante segue alla fine. Si corre così il rischio, che il lettore impaziente abbandoni l'articolo o che abbreviandolo vadano perse informazioni importanti.

Come si sa che un articolo contiene l'essenziale? Un sostegno per rispondere a questa domanda sono i sette «w» (in tedesco), per noi gli interrogativi importanti (chi?cosa?quando?.....- vedi sopra).

Un articolo strutturato secondo l'importanza lo si può immaginare come una piramide: Dapprima – nel titolo e nel lead – si tradisce soltanto poco (ma la cosa più importante) di un avvenimento. In seguito le informazioni diventano sempre più dettagliate e ampie (ma anche meno importanti).



Abb. 5: Die Nachrichten-Pyramide – Das Wichtigste kommt zuerst (Quelle: In Anlehnung an Carl Warren, 1934 – zit. n. Meyer 1983, I 5)

Immagine 1: La piramide delle informazioni Fonte: Russ-Mohl 2003: 62.

Gli articoli possono essere strutturati anche secondo il modello dei 5 capoversi (delle cinque frasi)

1. Frase: la frase del lead deve essere il telegramma dell'articolo
2. Frase: la frase del dettaglio risponde agli interrogativi non ancora toccati meno importanti e rappresenta i dettagli dell'evento.
3. Frase: la frase retroscena (sfondo) dà le risposte sulle cause e sui legami (le relazioni).
4. Frase: la frase del futuro illumina il cammino futuro dei fatti, per esempio le conseguenze di un avvenimento.
5. Frase: la frase dei dettagli futuri porta ulteriori dettagli situati nel futuro di un evento.

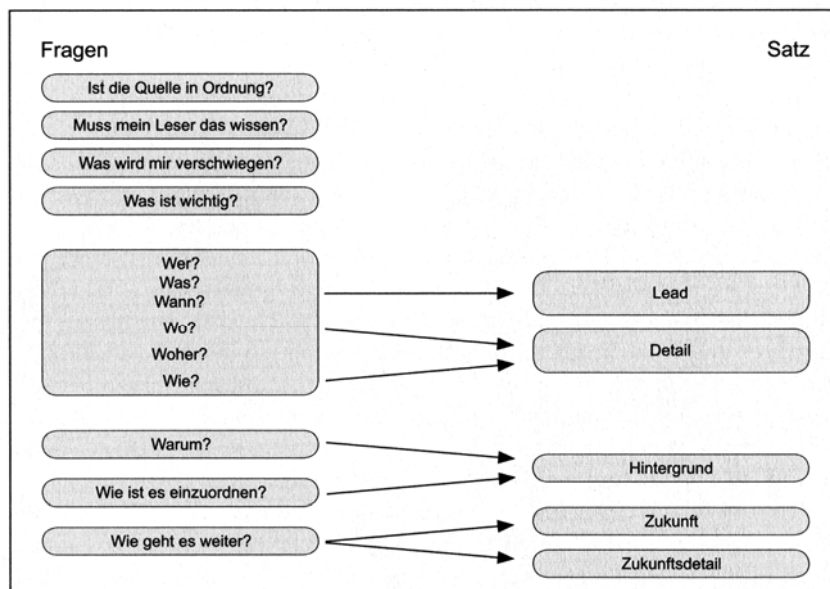


Abb. 1: Der Weg zur Agentur- oder Zeitungsmeldung

Immagine 2 : il modello delle 5 frasi di un articolo. Fonte : Wolff 2006: 65

In caso di articoli brevi – per le informazioni cosiddette da 20 righe – le singole parti comprendono di solito un'unica frase. Per articoli più lunghi – cosiddette cronache – le singole parti si presentano come interi capoversi.

Gli articoli più lunghi vengono strutturati in capoversi. I capoversi danno al lettore la possibilità di intercalare delle pause di lettura. Una buona lunghezza per un capoverso comporta dalle tre alle cinque frasi. Un nuovo capoverso comincia sempre quando si chiude un ragionamento.

Gli articoli più lunghi – a partire da circa 20 righe stampate – di regola vengono inoltre provvisti di sottotitoli, titoli intermedi. I titoli intermedi hanno, come i titoli, una funzione di motivazione e di pubblicità. Essi devono animare a continuare la lettura o – quando l'articolo viene solo consultato al volo – di spingere ad entrare nella lettura dell'articolo. Essi indicano il contenuto del capoverso successivo. I titoli intermedi non possono essere sintatticamente inseriti nel testo che li precede e che segue; essi devono stare dunque per conto proprio. Immediatamente dopo il lead o la riga degli autori non figura alcun titolo intermedio. Devono essere previsti almeno due titoli intermedi.

6. Leggenda dell'immagine (didascalia)

Se l'articolo è accompagnato da un'immagine, alla fine ci vuole pure la leggenda. Se si trova sotto la foto portante di una pagina sarà il testo che viene letto con molta probabilità come primo, ancora prima di tutti i titoli. Come minimo la leggenda deve spiegare, chi (o cosa) si vede sulla foto, cosa lo stesso fa, quando e dove (in occasione di quale manifestazione) il tutto si è svolto. La leggenda dovrebbe dunque rispondere ai più importanti interrogativi relativi all'immagine. La leggenda non deve affermare cose che non figurano sull'immagine.

Il «chi» crea problema se sulla foto ci sono più persone. Nel caso in cui vi figurano tre personaggi importanti devono essere identificati tutti e tre. Se sono di più di quanti trovino posto nella lunghezza prescritta, allora la leggenda necessita di più posto. Se un'immagine mostra tre personaggi importanti e due sconosciuti, allora basta, se il giornalista identifica i personaggi importanti; se sa che le altre sono damigelle d'onore, allora lo dice. In caso di più persone che fanno parte di un gruppo basta indicare il nome del gruppo. Esempio: «Il nuovo comitato dei Tiratori dell'Adula Torre».

A che cosa si deve badare in una leggenda:

- La leggenda dell'immagine è breve, al massimo una, due righe.
- Si deve capire di che si tratta.
- Risvegliate la curiosità: la leggenda dell'immagine trasforma colui che si limita a sfogliare e il semplice osservatore in lettore.
- Informate sulle cose importanti che si vedono.
- Risvegliate dei sentimenti oppure cercate di attenuarli.
- Date uno squarcio dell'articolo, se qualcuno non vuole leggere tutto, ma si limita ad informarsi brevemente. Più leggende di immagini assieme creano nel migliore dei modi una breve storia.
- Date informazioni precise: scrivete fucile ad aria compressa e non fucile se sull'immagine figura un fucile ad aria compressa.
- Abbiate fiducia nella forza dei fatti e dei dettagli: ogni persona o cosa mostrata deve essere identificata. Quindi non: Sullo sfondo le alte montagne austriache, bensì il Grossglockner alto 3780 metri con il ghiacciaio del Pasterzen.
- Non osannate nella leggenda quanto sarà ripreso nel testo principale.
- Non coltivate frasi tolte dal testo principale, che sono importanti, ma che non hanno riferimento alcuno con la foto.
- Evitate di attribuire alle persone fotografate emozioni, stati d'animo o sensazioni.
- Non ripetete formulazioni che figurano nel titolo o nel lead.

7. Nomi

I nomi vengono scritti secondo il modello

«Nome cognome»

In caso di utilizzo ripetuto di un nome ci si può limitare al cognome. Signore, signora e altre indicazioni vengono tralasciate. Badare assolutamente alla corretta grafia del nome! Se in relazione ad un nome viene indicato anche il luogo di domicilio, lo stesso figura tra parentesi. «Marcel Bürge (Lütisburg).»

8. Abbreviazioni

Le abbreviazioni devono essere introdotte, in quanto non ci si può aspettare che siano note a tutti. Al momento della prima apparizione di un'abbreviazione nell'articolo, la parola deve dunque figurare per intero, con l'abbreviazione di seguito tra parentesi. Esempio: «Federazione sportiva svizzera di tiro (FST)». Le abbreviazioni possono seguire tra parentesi il nome, scritto per intero, anche quando l'abbreviazione più avanti non si presenta più nell'articolo. Evitate l'uso frequente di abbreviazioni in un articolo.

9. Citazioni alla lettera

Le citazioni alla lettera devono essere poste tra virgolette. Sono da usare i segni « ... » (in Word riproducibili con la combinazione di tasti Alt0171 risp. Alt0187).

10. Uso dei tempi verbali per le notizie e le cronache

La prima frase di un buon lead di una notizia o di una cronaca si trova al presente o al passato prossimo. Non c'è molto da scegliere. Se ciò su cui si riferisce vale ancora, la prima frase si trova al presente: «Il vincitore del tiro del Rütli 2005 si chiama Hans Beat Vogler». Se l'avvenimento è chiuso, i fatti compiuti, la parola è stata detta e tutto ciò ha ancora una relazione col presente, allora la prima frase si trova al passato prossimo: «Il tiro del Rütli 2005 è stato vinto da Beat Vogler». Oppure: «La Consigliera di stato zurighese Rita Furrer è stata eletta quale nuova presidentessa della Federazione sportiva svizzera di tiro (FST) all'assemblea dei delegati di Frauenfeld.»

In seguito la notizia o la cronaca passa al passato remoto. Il passato remoto è la forma standard del racconto: «Fuhrer accolse l'elezione onorifica con un discorso spontaneo.» Tutte le indicazioni delle fonti inserite nella seconda frase stanno al passato remoto: comunicò, riferì, disse. Soltanto quando nell'articolo si torna indietro, si inserisce il trapassato prossimo. Per i lettori vengono così separati i piani del tempo: «Dapprima i delegati avevano confermato in globo il resto del comitato per un'ulteriore periodo di legislatura.» E' evidente che il trapassato prossimo viene impiegato soprattutto nella frase di retroscena (di sfondo), quando si tratta di descrivere le cause e i retroscena spesso sotterrate nel passato.

Si ricorre al futuro, quando ciò che viene descritto nell'articolo si verifica soltanto in futuro. Può valere per tutte le frasi di un articolo: «Sabato prossimo i delegati della Federazione sportiva svizzera di tiro eleggeranno la Consigliera di stato zurighese Rita Fuhrer quale nuova presidentessa.» Oppure: «Le conseguenze di una simile nomina non si possono ancora prevedere: probabilmente si arriverà ad un cambiamento di corso nella FST.»

11. Formattazione

Per garantire un'elaborazione semplice della stampa preliminare, gli articoli vanno consegnati non formattati. Dopo l'introduzione, il titolo, il lead, i capoversi, i titoli intermedi ecc. vanno usati dei semplici stacchi di riga.

12. Fonti

Häusermann, Jürg (1993): Journalistisches Texten. Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren. Aarau: Sauerländer.

Ineichen, Markus (2002): Dossier: Journalistisches Arbeiten. Manuskript. Luzern: Hochschule für Wirtschaft Luzern.

Russ-Mohl, Stephan (2003): Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurt a.M.: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen.

Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef (2003): Das neue Handbuch des Journalismus. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Von La Roche, Walther (2001): Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland, Österreich, Schweiz. 15., völlig neu bearbeitete Auflage. München: List.

Wolff, Volker (2006): ABC des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.