

IL SACRO PAPIRO

statuto di redazione e norme editoriali



Sommario

SEZIONE I - PRINCIPI FONDAMENTALI	4
SEZIONE II - NORME REDAZIONALI	6
ART. 1 - MAIUSCOLO e MINUSCOLO	6
ART. 2 – CITAZIONI, DIACRITICI e TRANSLITTERAZIONE	7
ART. 3 - QUESTIONI DI GENERE	8
ART. 4 - LGBT	8
ART. 5 - MINORI	9
ART. 6 - MIGRANTI	9
ART. 6.1 - <i>Il diritto d'asilo in Italia</i>	10
ART. 6.2 - <i>Migrante e rifugiato nell'uso comune</i>	10
ART. 6.3 - <i>Refugee</i> e rifugiato	11
ART. 6.4 - <i>E su East Journal?</i>	11
ART. 7 - QUALE LINGUA PER EAST JOURNAL	11
SEZIONE III - L'ARTICOLO	12
ART. 1 - IL NOSTRO PUBBLICO	12
ART. 2 - CARATTERI GENERALI DELL'ARTICOLO	12
ART. 3 - STRUTTURA DELL'ARTICOLO	12
ART. 4 - TITOLO DELL'ARTICOLO	14
ART. 5 - LUNGHEZZA DELL'ARTICOLO	14
ART. 6 – L'IMMAGINE PER L'ARTICOLO	15
SEZIONE IV - LA "BREVE"	16
ART. 1 – EVITARE CONFUSIONI	16
ART. 2 – COME SCRIVERE UNA "BREVE"	16
ART. 3 - QUALI ARGOMENTI SCEGLIERE?	16
ART. 4 - QUANDO PUBBLICARE LE "BREVI"	17
ART. 5 – RELAZIONE TRA "BREVE" E "APPROFONDIMENTO"	17
SEZIONE V - LA NOTIZIA	18
ART.1 – COS'È UNA NOTIZIA	18
ART. 2 - LA NOTIZIA PER EAST JOURNAL	18
ART. 3 - FONTI E AUTOREVOLEZZA	20
SEZIONE VI - RUOLI e FUNZIONI	22
ART. 1 - IL DIRETTORE RESPONSABILE	22
ART. 2 - IL DIRETTORE EDITORIALE	24
ART. 3 - RESPONSABILI d'AREA	25
ART. 4 - REDAZIONE e COLLABORATORI	25
ART. 5 - MODIFICHE ALLO STATUTO	26
APPENDICE I - PICCOLO VOCABOLARIO DEI GENERI GIORNALISTICI	27
APPENDICE II - PICCOLA GUIDA AL CARICAMENTO DEGLI ARTICOLI	28
APPENDICE III - NORME PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE PUBBLICAZIONI	30
APPENDICE IV - LA REVISIONE DEGLI ARTICOLI: chi, come, perché	32

INTRODUZIONE: *Uno statuto, un regolamento, un manuale*

Questo documento è il risultato di un lungo lavoro di confronto interno alla redazione di *East Journal* ed è da intendersi come documento condiviso e approvato dalla redazione stessa.

Questo documento definisce i valori fondamentali che contraddistinguono il lavoro di *East Journal*; indica le norme editoriali e tipografiche per una corretta redazione degli articoli; propone alcuni suggerimenti per la scrittura di articoli dal taglio giornalistico; offre indicazioni per il corretto caricamento degli articoli sul sito della testata; stabilisce ruoli, funzioni e responsabilità interne alla redazione.

Questo documento è quindi uno statuto, un regolamento, un manuale a seconda delle necessità. A quanto indicato su questo documento sarà necessario riferirsi per ogni problema, dubbio, questione.

Questo documento rappresenta l'unità della redazione e la sua continuità nel tempo. Il Direttore responsabile ne è garante.

SEZIONE I

PRINCIPI FONDAMENTALI

ART. 1

East Journal si occupa di politica, società e cultura dell'Europa centro-orientale, dal Baltico ai Balcani, dal Caucaso alla Russia passando per la Turchia.

ART. 2

East Journal si oppone all'estremismo politico e religioso, al nazionalismo e all'etno-nazionalismo, all'autoritarismo e al populismo, al razzismo biologico e culturale, a ogni forma di discriminazione, a ogni vecchia e nuova tipologia di fascismo e ad ogni istanza che si proponga di ridurre le libertà democratiche e individuali o sia contraria all'allargamento dei diritti civili. Attenendosi ai principi fondamentali della Costituzione italiana, *East Journal* fa propri i valori dell'antifascismo.

ART. 3

East Journal si oppone alle piccole patrie e ai localismi a vocazione identitaria e basati su motivazioni discriminatorie.

ART 4

Area balcanica

4.1 - *East Journal* definisce "genocidio" quanto avvenuto a Srebrenica ai danni della popolazione bosgnacca, in ottemperanza a quanto stabilito da due sentenze definitive del Tribunale penale internazionale per l'ex Jugoslavia.

4.2 - *East Journal* riconosce l'indipendenza del Kosovo, benché espressione di una forzatura del diritto internazionale, in quanto necessario tassello di un percorso di stabilizzazione e pacificazione dell'area balcanica.

ART. 5

Area russa, caucasica e post-sovietica

5.1 - *East Journal* si oppone agli indipendentismi, ai secessionismi e ai separatismi dello spazio post-sovietico. *East Journal* ripudia annessioni e ingerenze territoriali che rappresentino, oltre a un abuso del diritto internazionale, pericolosi epicentri di instabilità regionale. In particolare, non riconosce l'annessione della Crimea da parte della Federazione Russa e l'indipendenza delle repubbliche autoproclamate tali, le cui denominazioni, quando richiamate negli articoli, vanno intese solo come etichetta geografica. Al contrario sostiene il dialogo tra popoli e spinge per una soluzione pacifica dei conflitti irrisolti che affliggono la regione.

5.2 – *East Journal* riconosce il genocidio degli armeni e la tragedia dell'*holodomor*, riconoscendo anch'essa come genocidio.

ART.6

East Journal porta avanti idee europeiste purché eretiche, critiche, corsare, mai dogmatiche e sempre costruttive.

ART. 7

East Journal porta avanti una visione del mondo basata sui valori della solidarietà, della redistribuzione della ricchezza, della sostenibilità dello sviluppo, dell'inalienabilità dei diritti individuali e democratici.

ART. 8

East Journal sostiene, attraverso la propria attività, l'uguaglianza di genere, i principi del femminismo e i diritti civili delle comunità LGBT.

CARATTERISTICHE GENERALI

East Journal è una testata registrata presso il Tribunale di Torino, n° 4351/11, del 27 giugno 2011. Direttore responsabile e proprietario della testata: Matteo Zola.

East Journal è un gruppo di persone unite dall'interesse e dalla passione verso l'attualità politica, la storia, le culture dell'Europa centro-orientale, del Vicino Oriente e dell'Asia Centrale. *East Journal* non ha carattere d'impresa né di azienda giornalistica, non ha scopo di lucro, non riceve finanziamenti, non dispone di fondi, non ha editori. Tutti gli autori di *East Journal*, a qualsiasi titolo vi collaborino, offrono il proprio contributo in modo volontario, senza percepire alcuna forma di compenso.

Grazie a una redazione composta da giornalisti e ricercatori, *East Journal* ha sviluppato un modello di giornalismo che unisce approfondimento a notizia, *views* a *news*, sviluppando quello che abbiamo chiamato *scholar journalism*, un ibrido tra il giornalismo tradizionale, legato all'attualità seppur influenzato dalla lezione del "giornalismo di precisione" (*database journalism*), e l'analisi accademica, capace di dare ai fatti una profondità che pure non rinuncia alla chiarezza.

La redazione di *East Journal* è aperta a collaborazioni e partecipazioni purché se ne condividano i valori fondamentali per come sono espressi in questa sezione.

East Journal è un progetto fondato nel 2010 con l'ambizione di raccontare, attraverso voci giovani e preparate, un mondo in rapido cambiamento allo scopo di offrire ai lettori strumenti per la comprensione delle dinamiche socio-politiche dello spazio europeo.

SEZIONE II

NORME REDAZIONALI

ART. 1 - MAIUSCOLO e MINUSCOLO

Rammentare che *“il giornalismo, se può, abbassa”*, quindi fare un uso coerente e parsimonioso delle maiuscole. L'uso del maiuscolo è tuttavia obbligatorio nei seguenti casi:

Storia

a) I nomi che indicano epoche, avvenimenti di grande importanza.

Es.: *Il Quattrocento, il Risorgimento, il Terziario, il Paleolitico, la Rivoluzione francese*

b) Gli appellativi e i soprannomi (Lorenzo il Magnifico, Riccardo Cuor di leone).

Geografia

c) I nomi geografici. In quelli composti il nome comune avrà l'iniziale minuscola: il nome proprio l'avrà maiuscola.

Es.: *mar Mediterraneo, mar Nero, monte Bianco, lago Maggiore, golfo di Napoli, capo di Buona Speranza*

d) I termini geografici nei casi in cui stanno a specificare la regione geografica.

Es.: *L'America del Nord (ma: A nord di Milano).*

La crisi del Medio Oriente (ma: A oriente di Milano).

Politica e istituzioni

e) I nomi propri di enti, istituti, organizzazioni; i nomi di documenti ufficiali (da notare che solo la prima parola avrà l'iniziale maiuscola).

Es.: *La Banca del lavoro, il Mercato comune europeo, l'Associazione ciechi, la Triplice alleanza.*

L'Istituto universitario di architettura di Venezia, l'Università statale di Milano.

Bolla d'oro; Carta del lavoro; Magna charta.

Diversa la prassi per i ministeri, dove in maiuscolo va la disciplina di cui il ministero è responsabile

Es.: ministero del Lavoro (ministro del Lavoro), ministero dell'Agricoltura, ministero delle Pari opportunità

Per le istituzioni europee o internazionali, in maiuscolo sempre la prima parola: Commissione europea; Alto rappresentante degli Affari esteri; Banca centrale; Corte suprema.

NOTA: i termini “parlamento”, “senato”, “camera dei deputati”, “regione”, “provincia” vanno sempre minuscoli.

f) Per le sigle più note e più comuni si usa la forma Maiuscolo/minuscolo (anziché il Maiuscolo puntato): Cee, Usa, Urss, Pci, Onu ecc.

Religione

g) Santo, santa: quando fanno parte del nome proprio di una chiesa, località o via.

Es.: Nella chiesa di Santa Caterina.

Le torri di San Gimignano.

Abito in via San Filippo Neri.

Notare bene però: Le lettere di santa Caterina.

Il martirio di san Sebastiano

Tassativamente sempre minuscolo “papa” e “pontefice”, mentre è da evitarsi “sua santità” in quanto *East Journal* non riconosce santità a nessun uomo presente o passato. Allo stesso modo vanno minuscoli “imam”, “ajatollah”, “gran mufti”.

Maiuscoli invece i nomi propri delle confessioni religiose: Cristianesimo, Islam, Zoroastrismo ...

Discorso diretto

h) L’iniziale del discorso diretto tra virgolette precedute da due punti.

Es.: Disse: “Perché?”

Sostantivi vari

i) I sostantivi tedeschi ormai entrati nell’uso della lingua italiana vanno minuscoli.

Es.: lager, leitmotiv, ostpolitik, weltanschauung, kulturgeschichte, zeitgeist);

l) Termini che identificano comunità o forme politiche vanno minuscoli:

Es.: “paese”, “stato”, “nazione”, “repubblica”, “monarchia”, “regime”, etc...

m) In maiuscolo gli eventi bellici ma quasi esclusivamente sulla prima parola con poche eccezioni che si realizzano quando entrambe le parole compongono il ‘nome proprio’ dell’evento

Es.: “*Seconda guerra mondiale*”, “*Guerra Fredda*”; “*Grande Guerra*”; “*Guerra d’indipendenza*”; “*Rivoluzione francese*”, etc ...

ART. 2 – CITAZIONI, DIACRITICI e TRANSLITTERAZIONE

Occorre sempre **citare** le fonti delle dichiarazioni, delle cifre, dei dati che si riportano. In caso di dichiarazioni, le citazioni verranno inserite nel testo tra “virgolette inglesi”. Se si sta citando un testo o un documento, esplicitare di cosa si tratta (es.: “come scritto nei recenti Accordi di associazione”) e riportare alla fonte tramite link diretto.

Le fonti delle citazioni vanno esplicitate:

- Tramite link (preferibile) quando si tratta di articoli o dati reperibili su internet.
- Tramite indicazione tra parentesi nel corpo del testo, indicante autore e data, quando si tratta di fonti bibliografiche che sarebbe troppo lungo esplicitare nel testo o che appesantirebbero la lettura con elementi superflui o secondari e non è possibile collegare tramite link.
- Tramite nota a piè pagina in casi di particolare complessità.

L’utilizzo di **diacritici** è consentito ma non obbligatorio. Si impone però la coerenza all’interno dello stesso articolo, evitando di usare soluzioni differenti all’interno del testo o tra testo e titolo. Non si possono usare i diacritici nelle *tag*, dove occorre sempre privilegiare la forma senza diacritici.

Le modalità di **translitterazione** dal russo (come da altre lingua slave o dal georgiano) sono lasciate alla libera scelta dell’autore che potrà avvalersi di translitterazione scientifica o di translitterazione anglosassone, ovvero attenersi, quando presenti, alle forme invalse nell’uso italiano (ad esempio “Kiev”, e non “Kyiv”) e rispettare la coerenza interna tra gli articoli. In linea generale, la

traslitterazione scientifica offre aderenza a standard internazionali, mentre la translitterazione anglosassone è quella che più comunemente si legge sui giornali (anche italiani). Si raccomanda un uso ponderato della translitterazione in modo da evitare opacità: al lettore deve sempre essere chiaro di chi e di cosa stiamo parlando. Un caso esemplare è “El’cin” “Yeltsin”, cognome del primo presidente russo: qui l’autore deve interrogarsi su quale versione sia più chiara per il lettore.

ART. 3 - QUESTIONI DI GENERE

In linea con quanto espresso all’art. 6 della sezione I, *East Journal* ritiene importante affrontare temi legati alle questioni di genere. In merito al rapporto tra linguaggio e genere, *East Journal* lascia ai singoli autori la libertà di declinare secondo la propria sensibilità i termini che utilizzano, sebbene si favorisca l’uso del femminile per quanto riguarda, in particolare, cariche istituzionali (es.: sindaca, ministra, commissaria) e professioni (es.: avvocatessa, chirurga, architetta), cui va concordato l’articolo (“la sindaca”, e non “la sindaco”).Vanno però sempre evitate torsioni linguistiche, cacofonie ed estremismi lessicali.

In coerenza con quanto espresso all’ART.6 / SEZ.I del presente documento, *East Journal* si oppone a una rappresentazione della donna che si avvalga di formule linguistiche stereotipate che ne offrano un’immagine negativa o quantomeno subalterna rispetto a quella dell’uomo. Nella nostra lingua il genere femminile risulta spesso nascosto “dentro” quello maschile (gli spettatori, i cittadini, ecc.). Senza che questo possa definirsi “androcentrismo”, è pur vero che esiste una resistenza nell’adattare il linguaggio alla nuova realtà sociale italiana ed europea che usa motivazioni di ordine estetico o grammaticale per nascondere la natura culturale di tale opposizione. Un uso più consapevole della lingua contribuisce a una più adeguata rappresentazione pubblica del ruolo della donna nella società, ed è in tal senso che ogni autore di *East Journal* deve impegnarsi.

ART. 4 - LGBT

East Journal ritiene importante rispettare norme lessicali che evitino espressioni omo-transfobiche o che contribuiscano a una rappresentazione negativa delle persone LGBT. Esiste una **Carta Arcobaleno**, redatta da ministero delle Pari Opportunità, movimenti LGBT e Ordine dei Giornalisti, che indica delle linee guida per superare gli stereotipi, a volte inconsapevoli, di chi scrive sui giornali e lavora nei media. Il testo della Carta Arcobaleno si trova in allegato a questo Statuto e ad essa si deve fare riferimento. Riassumendo all’estremo, scrivere sempre LGBT (anche senza Q e +) in luogo di "comunità omosessuale", "mondo gay", *et similia*. Il termine "outing" definisce l’atto di rendere noto l’orientamento sessuale altrui senza il consenso del diretto interessato, mentre "coming out" è rivelare il proprio. Per la transessualità si usa il genere di approdo (e.g., uomo verso donna, va al femminile). Soprattutto è di primaria importanza evitare l’utilizzo di immagini di corredo agli articoli che rimandino alla sfera sessuale. Ogni forma di omofobia è bandita da *East Journal*, gli autori che portino avanti – anche privatamente – idee omofobe saranno allontanati dalla redazione.

ART. 5 - MINORI

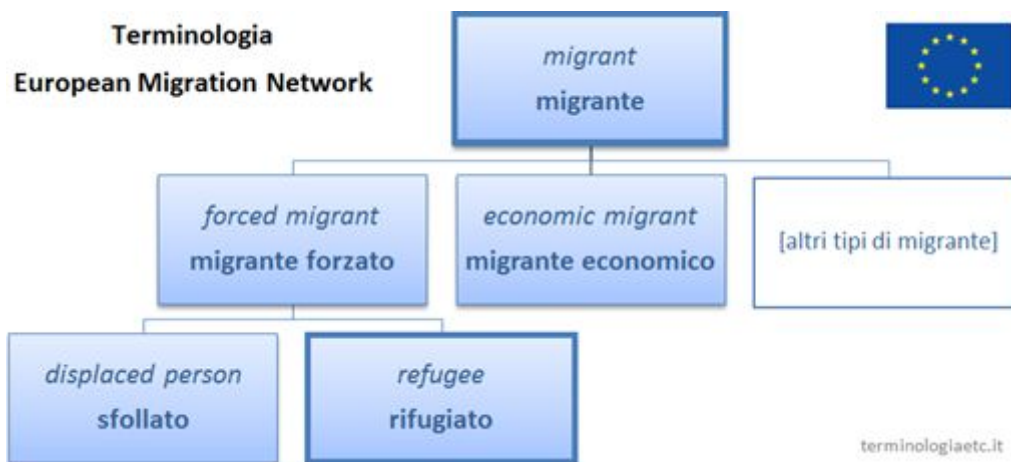
East Journal si attiene a quanto stabilito dalla **Carta di Treviso** per quanto riguarda la protezione dell’identità dei minori coinvolti in fatti di cronaca. In particolare si vieta l’utilizzo di immagini,

anche generiche, di minori specialmente nei casi di articoli in cui si tratti di abusi sessuali, povertà e sfruttamento minorile, e ogni altra situazione in cui l'immagine va ad accrescere il *pathos* dell'articolo. Diversamente, è consentito l'utilizzo di immagini e video di minori a scopo di documentazione e informazione quando l'immagine è in stretta relazione con il fatto descritto, ma sempre evitando di utilizzare l'immagine del minore se vittima del fatto descritto.

ART. 6 - MIGRANTI

I termini "rifugiato", "migrante", "profugo", non sono equivalenti. Il senso comune aiuta a distinguere almeno due categorie, coloro che "fuggono dalla guerra" o dalle persecuzioni e coloro che "sono in cerca di una vita migliore". A queste due categorie il diritto si riferisce, circostanziandole. Tuttavia l'Unione Europea e l'ONU usano terminologie diverse. Cerchiamo di fare rapidamente chiarezza:

Nell'Unione Europea:



Per l'UE tutti i rifugiati sono migranti, nello specifico migranti forzati: rifugiato è iponimo, o concetto subordinato, di migrante.

Un migrante è ogni persona che si sposta dal territorio del proprio paese qualunque sia la causa, volontaria o involontaria, e i mezzi, regolari o irregolari, usati per migrare. Il concetto di migrante comprende "rifugiati, sfollati, migranti economici e persone che si spostano per altri motivi, compreso il ricongiungimento familiare".

Il concetto di rifugiato invece ha come caratteristica distintiva lo spostamento "a causa di un giustificato timore di essere perseguitato per razza, religione, cittadinanza, opinioni politiche o appartenenza a un determinato gruppo sociale".

C'è chi ritiene che far dipendere la condizione di rifugiato dal timore di persecuzione sia troppo restrittivo.

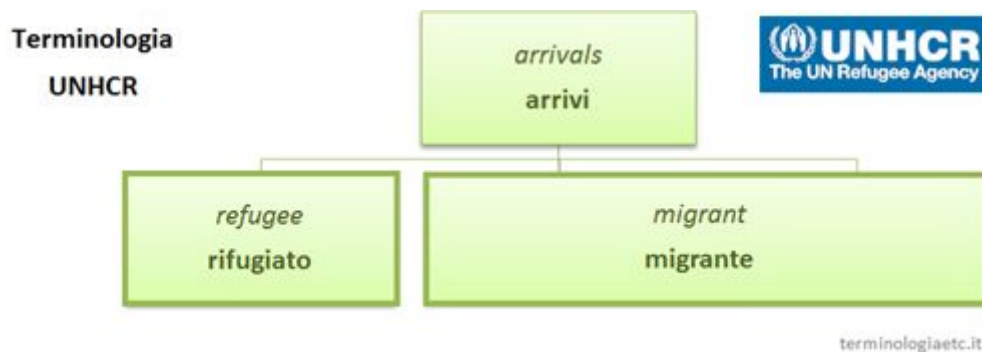
ART. 6.1 - Il diritto d'asilo in Italia

Il diritto di asilo è tra i diritti fondamentali dell'uomo riconosciuti dalla nostra Costituzione. L'articolo 10, terzo comma, della Costituzione prevede, infatti, che lo straniero, al quale sia

impedito nel suo paese l'effettivo esercizio delle libertà democratiche garantite dalla Costituzione italiana, ha diritto di asilo nel territorio della Repubblica, secondo le condizioni stabilite dalla legge. L'istituto del diritto di asilo **non coincide con quello del riconoscimento dello status di rifugiato**, per il quale non è sufficiente che nel paese di origine siano generalmente conculcate le libertà fondamentali, ma il singolo richiedente deve aver subito, o avere il fondato timore di poter subire, specifici atti di persecuzione.

Il dettato costituzionale sul diritto di asilo non è stato attuato, mancando ancora una legge organica che ne stabilisca le condizioni di esercizio, anche se la giurisprudenza ha stabilito la possibilità di riconoscere il diritto di asilo allo straniero anche in assenza di una disciplina apposita. Il riconoscimento del rifugiato è, invece, entrato nel nostro ordinamento con l'adesione alla Convenzione di Ginevra del 28 luglio 1951, che definisce lo status di rifugiato, e alla Convenzione di Dublino del 15 giugno 1990, sulla determinazione dello stato competente per l'esame di una domanda di asilo presentata in uno degli Stati membri della Comunità europea

Per l'UNHCR



L'UNHCR usa un sistema meno granulare dell'UE (o così pare dalle informazioni disponibili in [italiano](#) e nel glossario in [inglese](#)) in cui *migrante* e *rifugiato* sono invece [concetti coordinati](#), quindi mutualmente esclusivi: *"i migranti scelgono di spostarsi non a causa di una diretta minaccia di persecuzione o di morte, ma soprattutto per migliorare la propria vita attraverso il lavoro, o in alcuni casi per l'istruzione, per ricongiungersi con la propria famiglia o per altri motivi. A differenza dei rifugiati che non possono tornare a casa senza correre rischi, i migranti non hanno questo tipo di ostacolo al loro ritorno. Se scelgono di tornare a casa, continueranno a ricevere la protezione del loro governo"*.

ART. 6.2 - Migrante e rifugiato nell'uso comune

Nell'uso comune, diffuso e rafforzato dai media e già descritto in [Migranti, emigrati e immigrati](#), il *migrante* è il disperato che cerca di arrivare in Europa sui barconi (o via terra attraverso i Balcani). Nei media ha spesso come **sinonimi** *rifugiato* e *profugo* e nell'uso di alcune parti politiche anche *clandestino*. Nell'uso comune, un ricercatore o un manager che si trasferisce all'estero per lavoro difficilmente viene considerato un *migrante* (nella terminologia UE invece si tratta di un *migrante altamente qualificato*).

ART. 6.3 - Refugee e rifugiato

Nel lavoro giornalistico si fa spesso riferimento a norme e definizioni internazionalmente accettate espresse in lingua inglese. Occorre confrontare il significato dell'espressione inglese *refugee* con quella italiana ***rifugiato***. In inglese il **suffisso -ee** deriva da un participio passato francese, quindi

formalmente è assimilabile all'italiano *-ato*, ma appare in parole che identificano chi sta subendo un'azione (*employee, trainee, interviewee*, antonimi di *employer, trainer, interviewer*) oppure la sta facendo (*referee, absentee*), quindi **in inglese** è sottintesa **un'azione in corso**.

Il participio passato di *rifugiato* in **italiano**, invece, suggerisce un'azione **già completata**. Questa differenza "morfologica" si riscontra anche nelle definizioni dei dizionari: in inglese un *refugee* è una persona "who has been forced to leave their country" (*present perfect*: un'azione del passato che si ripercuote nel presente) mentre in italiano è una persona "che ha trovato rifugio" (già avvenuto). Non a caso i media spesso preferiscono **profugo**, assente dalle terminologie ufficiali sulla migrazione ma efficace perché suggerisce l'azione della fuga

ART. 6.4 - E su East Journal?

Gli autori di *East Journal* non devono cedere alle facili generalizzazioni, utilizzando termini vaghi (*profugo*) o impropri. Al posto di "rifugiato" è consigliato l'uso di "richiedente asilo" quando l'asilo politico non sia stato ancora concesso ma il migrante ne abbia fatto domanda o sia eleggibile. In altri casi, si deve utilizzare la terminologia proposta dall'Unione Europea (vedi sopra).

ART. 7 - QUALE LINGUA PER EAST JOURNAL

East Journal non è traducibile, poiché la lingua che utilizziamo non è mero strumento ma espressione di un preciso universo simbolico, e viatico per una definita missione di accrescimento e sviluppo culturale della nostra società. Scrivere in italiano significa pensare rivolti a un pubblico italiano, con la sua mentalità, i suoi problemi, i suoi pregiudizi e la sua storia. Partecipare al dibattito italiano per influenzare gli sviluppi culturali e politici del paese è nostro preciso scopo. Per questo su *East Journal* non potranno apparire articoli scritti in lingua diversa dall'italiano.

Lo stile giornalistico predilige tradizionalmente chiarezza e brevità, con l'uso di periodi semplici, più paratattico che ipotattico, scarsa aggettivazione e molta informalità, tale da produrre una lingua di medio registro, accessibile a un pubblico vasto, ricca tuttavia di invenzioni: il linguaggio giornalistico è infatti un grande produttore di neologismi. Si consiglia di evitare foresterismi e calchi dall'inglese nel lessico e nella sintassi, prediligendo le forme italiane quando presenti. Si ricorda inoltre che i prestiti inglesi non hanno forma plurale in italiano (ad esempio, "i paper", e non "i papers").

East Journal rifiuta lo stile giornalistico tradizionale benché a ogni autore sia richiesto di maneggiarlo. Non saranno quindi accettate la velleità narrativa, l'uso gratuito di aggettivi, l'egolatria e la lezione *ex-cathedra*. Lo stile deve essere asciutto senza essere arido, elegante senza essere magniloquente, raffinato senza essere barocco, elegante senza essere conformista. Un articolo di *East Journal* dovrà quindi tendere alla semplicità, senza semplificazioni; alla chiarezza, senza essere banale; alla rapidità di lettura, senza essere sciatto.

SEZIONE III

L'ARTICOLO

ART. 1 - IL NOSTRO PUBBLICO

Il pubblico cui ci rivolgiamo è individuato in persone di istruzione elevata, di età compresa tra i 20 e i 45 anni, interessate alla politica estera e all'Europa centro-orientale in particolare. Questi rappresentano i lettori ideali. Occorre tenere in considerazione anche quei lettori che si interessano alle nostre aree per legami affettivi, esperienze di vita, passione letteraria o di viaggio, provenienza geografica. Infine non vanno dimenticati gli studenti universitari, da sempre parte fondamentale della nostra *readership*. East Journal non si rivolge quindi ad addetti ai lavori, siano essi giornalisti o ricercatori, anche se è bene strizzare l'occhio anche a questi lettori "alti" per essere riconosciuti anche dal pubblico specialistico, con quel che ne consegue in termini di visibilità, autorevolezza e immagine.

ART. 2 - CARATTERI GENERALI DELL'ARTICOLO

Si definiscono qui i caratteri generali dell'articolo standard di EJ, ovvero quello di approfondimento o analisi. Per quanto riguarda la redazione di articoli "brevis" si rimanda alla Sezione IV.

Gli articoli dovranno essere redatti in modo da incontrare l'interesse di un pubblico ampio e variegato. Occorre quindi evitare tecnicismi, forestierismi, favorendo chiarezza e immediatezza, senza inutili verborosità e opacità lessicali. L'articolo dovrà, per quanto possibile, muovere da una notizia di attualità offrendone analisi e interpretazioni originali e approfondite. Un articolo tipo di East Journal **unisce news (novità, notizia, attualità) a views (approfondimento, commento)** ponendosi come ibrido rispetto al giornalismo tradizionale che divide notizia e commento. Articoli di 'puro' commento e opinione sono consentiti solo su consenso diretto del Direttore responsabile.

ART. 3 - STRUTTURA DELL'ARTICOLO

Ogni articolo deve avere una solida struttura logica nella presentazione dei fatti. Si offre qui un modello ideale da adattare ai vari contesti.

LEAD (incipit, cappello) deve contenere tutte le informazioni necessarie alla comprensione dell'articolo. Anche in caso di approfondimento o analisi è necessario rispondere idealmente alle "cinque W" del giornalismo, offrendo subito al lettore un quadro completo, benché sommario, di quanto ci si accinge a spiegare. Deve essere il più breve possibile (quattro righe è la misura ideale) e il più chiaro possibile. Il lettore, leggendolo, deve già capire di cosa gli stiamo parlando. Per questo l'incipit non deve essere "letterario" o "poetico", non si deve indugiare nel creare atmosfere né ci si deve baloccare con parole forbite.

Il LEAD è determinante nel convincere il lettore a proseguire con la lettura. In articoli di taglio storico culturale, non legati a una notizia di attualità, il LEAD deve comunque anticipare qualcosa di quanto ci si accinge a narrare in modo da destare la curiosità del lettore. In ogni caso il LEAD deve CHIARIRE e INCURIOSIRE.

Il **FOCUS** è il corpo centrale dell'articolo. Muovendo dalle informazioni date nel LEAD, l'autore spiega e dipana fatti, eventi, situazioni in modo sempre più dettagliato. Il FOCUS si compone, abitualmente, di alcuni punti chiave:

- La PREMESSA che riprende quanto accennato nel LEAD, dettagliando e gettando le premesse per una più profonda comprensione di quanto si sta raccontando.
- Il FLASHBACK spiega le ragioni che hanno portato a quel fatto. Trattandosi probabilmente di ragioni che occorre ricostruire nel tempo, si tratta di ordinarle in modo cronologico, breve e chiaro, così da far capire come si è arrivati all'evento o fatto che si sta descrivendo.
- Il CONTESTO è la spiegazione di come quell'evento si leghi con altri presenti o passati. La spiegazione del contesto è ciò che fa "respirare" l'articolo e lo approfondisce, mettendolo in connessione con altri fatti e eventi noti.
- La FINE del focus può coincidere con la fine dell'articolo stesso. Qui si deve spiegare come si è risolto l'evento o fatto descritto e spiegarne eventuali conseguenze.

Ognuna di queste parti occupa almeno un paragrafo. Ogni paragrafo deve avere un titoletto. Una corretta paragrafazione agevola la lettura a video (propria del giornalismo on-line) ed è necessario che i paragrafi siano frequenti e scanditi da interruzioni logiche, in modo da evitare l'effetto della 'colata tipografica' che rende difficile la lettura e allontana il lettore dall'articolo.

Accanto alla titolazione dei paragrafi, è utile utilizzare grassetto per evidenziare parole o concetti chiave in modo da agevolare la lettura veloce e offrire al lettore dei punti di appoggio visivi durante la lettura a video. L'uso del grassetto deve essere subordinato alla corretta misura: troppo poco non serve a nulla, troppo invece rende il testo pastoso e sgradevole. Un uso sapiente dei grassetto darà luogo a un "testo nel testo": scorrendo le parole in grassetto si avrà l'impressione di leggere un testo di senso compiuto.

Scopo del FOCUS è quindi SPIEGARE e APPROFONDIRE.

La **CONCLUSIONE** dell'articolo si collega direttamente alla fine del focus, e può essere anche nello stesso paragrafo. Nella conclusione occorre aprire ad eventuali scenari futuri e possibili sviluppi del fatto o evento descritto, commentando attraverso propria (rapida) opinione in modo da offrire una chiave di lettura personale.

ART. 4 - TITOLO DELL'ARTICOLO

East Journal non usa la tradizionale titolazione composta da titolo, occhiello e sommario. Tuttavia resta fondamentale, come per qualsiasi titolo giornalistico, coniugare chiarezza e brevità. Il titolo è il richiamo che spingerà il lettore a leggersi. Il titolo è la confezione dentro cui avete messo il vostro articolo. **Una brutta confezione non farà mai aprire la scatola.**

Un buon titolo non è mai un titolo "a sensazione" o "ad effetto", poiché in esso si perde il contenuto della notizia e, alla lunga, stanca il lettore producendo l'effetto "al lupo al lupo". Eventuali titoli "a sensazione" sono quindi possibili solo di rado e per articoli di particolare interesse, meglio se si tratta di articoli d'opinione.

Ci sono tuttavia alcuni errori da evitare:

- Mai il punto alla fine del titolo (vale anche per i tioletti di paragrafo)
- Il titolo non deve essere troppo più lungo della stringa di inserimento
- Il titolo non deve contenere errori ortografici (i *social* e le notifiche via e-mail ai lettori conterranno quel titolo e non saranno più modificabili)
- Non eccedere con il punto interrogativo, un titolo spiega e non domanda
- Non usare nomi sconosciuti o astrusi di luogo o persona
- Non usare parole inglesi o altri forestierismi opachi
- Non usare espressioni del tipo "niente di nuovo" (se non c'è niente di nuovo, perché dovrei leggermi?)

ART. 5 - LUNGHEZZA DELL'ARTICOLO

ART. 5.1 - Premessa

Il giornalismo cartaceo ha precisi limiti di battute a seconda dell'articolo e della posizione che occupa all'interno del giornale. Tali limiti si devono all'applicazione di criteri di leggibilità ma anche alla natura *finita* del supporto cartaceo. La potenziale infinità dello spazio disponibile sul web potrebbe spingere a scrivere articoli ampi e articolati, tuttavia occorre tenere ben presenti i criteri di leggibilità e attenzione: esistono limiti oltre i quali l'attenzione del lettore diminuisce o la fruibilità e leggibilità dell'articolo si perde spingendo il lettore ad abbandonare la lettura. Questo non deve accadere.

ART. 5.2 – Tempi e lunghezza

Limitare la lunghezza di un articolo serve a:

- Mantenere il lettore sull'articolo, così da dargli tutte le informazioni necessarie
- Dare all'autore la sicurezza di essere letto e di aver quindi lavorato per uno scopo

Un articolo web è oggi fruito attraverso diversi supporti (computer, tablet, smartphone). A seconda del supporto utilizzato, il lettore è disponibile a investire una differente quantità di tempo alla lettura.

- Per la lettura da *smartphone*, un articolo non dovrebbe richiedere più di 2 minuti.
- Per una lettura da computer e tablet un articolo non dovrebbe richiedere più di 5-7 minuti.

ART. 5.3 – La lunghezza per East Journal

Un articolo che si attesti intorno alle **4000 battute spazi inclusi** richiede circa 5 minuti per essere letto e si profila come lunghezza ideale per i nostri articoli. Oltre questa soglia, **la lunghezza è proporzionale all'insuccesso dell'articolo in termini di letture**. Perciò, cerchiamo di rimanere tra le 3200 e le 5000 battute.

ART. 6 – L'IMMAGINE E COMMENTI

ART. 6.1 – Quale immagine?

Unitamente al titolo, l'immagine è il biglietto da visita dell'articolo. Una bella immagine e un bel titolo, meglio se tra loro collegati, porteranno i lettori ad aprire l'articolo da voi scritto. Un buon *lead*, li spingerà a proseguire la lettura. Un buon approfondimento li aiuterà a informarsi meglio. E voi non avrete lavorato invano.

L'immagine che utilizzate **NON DEVE essere soggetta a copyright**. Tuttavia trovare immagini *open source* non è semplice. Possiamo dunque utilizzare:

- immagini prese da grandi agenzie internazionali, già utilizzate da altri giornali esteri
- immagini generiche di leader politici o luoghi

Le immagini generiche sono le più brutte e noiose. Meglio spendere qualche minuto in più e cercarne di migliori. **Assolutamente vietato usare immagini di agenzie italiane, immagini con watermark, immagini prese da siti fotografici italiani.**

ART. 6.2 – Come caricare l'immagine

Cercate un'immagine da Google o Flickr. Verificate che sia *open source* o *copyleft*, soprattutto verificate che non sia una foto d'autore. Verificate che sia un'immagine di almeno 450 pixel per 200 (immagine media) e che non superi i 1000 pixel per 900 (è possibile ridimensionarla anche in WordPress). L'immagine selezionata DEVE essere orizzontale, cioè più larga (*width*) che alta (*high*). Salvatela sul vostro computer.

Entrate nel back-office del sito, caricate l'articolo. Nella colonna di destra, l'ultima voce in basso è "Immagine in evidenza". Cliccate su "imposta immagine in evidenza". Vi si apre una finestra di *upload* dell'immagine.

Cliccate su "selezionare file" e selezionate l'immagine salvata sul vostro computer. Indicate in calce all'articolo la fonte o l'autore. Scorrete la finestra verso il basso. Cliccate sulla voce: "utilizza l'immagine come in evidenza". **NON** cliccate su "inserisci nell'articolo". Salvate le modifiche e chiudete. In alternativa alla foto trovata in rete, è possibile caricarne una propria, che rispetti gli stessi parametri dimensionali.

Infine, va sempre citato l'autore della foto in calce all'articolo (es: Immagine/Foto: WikiCommons).

ART. 6.3 - I commenti

I commenti dei lettori vengono mantenuti dal sistema in *attesa di moderazione* finché l'autore o un responsabile non decidono di pubblicarli. I commenti dei lettori rappresentano un possibile problema legale in quanto l'ingiuria e la diffamazione mezzo stampa si realizzano anche così. La "botta e risposta" tra lettori va evitata poiché, anche nel caso in cui i lettori si insultino tra loro, a risponderne è il Direttore responsabile. Anche colui che ha fisicamente pubblicato il commento può essere citato in giudizio. Si raccomanda quindi una cautela superiore al normale buon senso, quel che va evitata non è la condanna ma la stessa citazione in giudizio.

Lo spazio commenti del sito sarà quindi fortemente limitato quando non del tutto chiuso.

Lo spazio commenti di **Facebook** va gestito con particolari cautele cancellando i commenti offensivi verso terzi e bandendo gli utenti che fanno uso reiterato di violenza verbale.

SEZIONE IV

LA “BREVE”

ART. 1 – EVITARE CONFUSIONI

Nel giornalismo anglosassone la *news* è quella che in lingua italiana è detta “breve”. Si tratta, appunto, di brevi articoli che rendono conto di un evento in poche righe, limitandosi alla narrazione dei fatti essenziali in maniera più o meno sintetica. Rispetta la regola delle *cinque W* e non fornisce approfondimenti. Non supera i 2500 caratteri.

Nel giornalismo è un errore tradurre news con notizia, poiché la “notizia” (come si vedrà nella sezione V) è un fatto selezionato e interpretato dal giornalista in base a criteri detti di “notiziabilità”. Notizia quindi è tutto ciò che muove alla scrittura di un articolo giornalistico. Tale articolo può essere però una “breve” oppure un approfondimento, un’analisi, un’intervista, un reportage. La “breve” (news, in inglese) è quindi un genere specifico del giornalismo connotato da regole proprie. Nell’Appendice I si potrà trovare un “piccolo vocabolario dei generi giornalistici” aiuterà a non fare ulteriore confusione.

ART. 2 – COME SCRIVERE UNA “BREVE”

Stabilito che la “news” è un articolo breve, occorre stabilirne le caratteristiche. Quelle presentate qui sono state concordate con la redazione di East Journal e andranno rispettate da chiunque intenda scrivere “brevi”.

La **LUNGHEZZA** non deve superare le 2500 battute spazi inclusi. La **STRUTTURA** del testo deve in generale comporsi di più paragrafi così ordinati:

- **LEAD** o Introduzione: contiene la notizia e risponde alle domande *Chi? Come? Che cosa? Dove? Quando? Perché?* Leggendo l’introduzione il lettore deve avere già chiari tutti i contorni del fatto di cui si sta dando notizia. Nella “breve” il LEAD è la parte più importante e può essere anche la più lunga.
- **FOCUS**: contiene i dettagli essenziali a comprendere la notizia. Come nell’articolo “lungo”, anche in questo caso il FOCUS può realizzarsi attraverso un flashback che spieghi rapidamente come si è arrivati al fatto di cui si sta dando notizia, oppure spiegando il contesto che ha prodotto quel determinato fatto.
- **CONCLUSIONE**: una “breve” non ha bisogno di conclusioni. Le *conseguenze* del fatto possono non essere ancora chiare, i *commenti* sono prematuri, gli *scenari* ancora da definire. Una “breve” può quindi concludersi senza fronzoli al termine del FOCUS.

La struttura della news è quindi quella di una **piramide rovesciata**. L’esatto contrario rispetto a qualsiasi forma di narrazione o descrizione di tipo saggistico. Queste ultime, infatti, posizionano “il piatto forte” alla fine, nelle conclusioni, mentre la “breve” (e l’articolo in generale) fanno il contrario: è l’inizio che conta, è all’inizio che deve stare la notizia.

ART. 3 - QUALI ARGOMENTI SCEGLIERE?

Nel giornalismo, la “breve” ha un carattere di tempestività. In tal caso i più recenti fatti che rispondano all’interesse pubblico, diventano “brevi” (o *news*). Il giornalismo televisivo e quello on-line hanno esasperato il carattere di tempestività della breve.

East Journal non può garantire la tempestività. I media *mainstream* saranno sempre più veloci nel dare una notizia rispetto a noi. Occorre quindi una strategia. Sono “brevi” (news) per noi:

- Notizie di **stretta** attualità relative alla nostra area di interesse che i media nazionali non hanno ancora dato (come si diceva, è raro riuscire ad arrivare prima dei media nazionali su certi temi);
- Notizie di **media** attualità relative alla nostra area di interesse che i media nazionali non hanno (ancora) dato o che non daranno ma che per il nostro pubblico possono rappresentare elemento di interesse. In tal caso, anche un fatto avvenuto una settimana prima può essere utile a farci una “news” poiché ha comunque un carattere di novità per il pubblico italiano.

Viceversa **NON SI DEVONO** dare notizie brevi di fatti già trattati dai media nazionali, poiché non ne ricaveremmo letture e arriveremmo comunque tardi.

ESEMPIO: La notizia di un attentato dai contorni ancora incerti non può essere oggetto di approfondimento o analisi ma è un argomento ideale per una “breve”. Se abbiamo notizia dell’attentato *prima* dei media nazionali, allora possiamo scrivere la breve e pubblicarla senza indugi. Se al contrario la notizia è già un titolo sui giornali nazionali o sulle televisioni *all-news*, allora diventa inutile dare una “breve”. Sarà poi compito della redazione scrivere un’analisi a “bocce ferme”.

ESEMPIO: Il governo della Molvania emana una legge che impone a tutti gli uomini di andare in giro senza mutande. Il fatto “non passa” sui media nazionali i quali non lo *vedono* o non lo ritengono interessante per un pubblico generalista. Per noi, però, è una notizia anche se vecchia di dieci giorni. Non l’abbiamo vista prima nemmeno noi ma non importa, siamo in tempo per darla: è ancora un fatto di attualità e una “breve” la merita tutta.

ART. 4 - QUANDO PUBBLICARE LE “BREVI”

Una “breve” ha un carattere di relativa tempestività, ne consegue che – una volta scritta – non si debba indugiare troppo in revisioni che ne ritardino la pubblicazione. Per questo coloro che scrivono “brevi” devono essere sottratti a lente modalità di revisione *a priori* e non devono essere soggetti a vincoli di orario.

La fascia oraria delle “brevi” è quindi quella del mattino. In caso di “brevi” che richiedano particolare tempestività (le cosiddette “**ultim’ora**”) la pubblicazione deve essere immediata, in qualsiasi orario, anche senza informare la redazione se non c’è tempo o modo. Eventuali correzioni verranno poi effettuate *a posteriori*, direttamente sul pezzo pubblicato.

ART. 5 – RELAZIONE TRA “BREVE” E “APPROFONDIMENTO”

La notizia “breve” (*news*) anticipa l’approfondimento (*views*). Non può valere il contrario. La “breve” non approfondisce e non commenta. Viceversa l’approfondimento deve necessariamente contenere elementi della news nel LEAD (ovvero le cosiddette *cinque W*). La “breve” è quindi un articolo giornalistico *puro*. L’approfondimento è invece un *ibrido* poiché unisce elementi giornalistici (l’attualità, la notizia, l’aderenza ai fatti, il rigore nell’indicazione delle fonti) con elementi di analisi ‘alta’, di taglio culturale o accademico.

SEZIONE V

LA NOTIZIA

ART.1 – COS'È UNA NOTIZIA

Come individuare l'argomento di cui occuparsi? Come riconoscere un tema di sicuro interesse per i lettori? Come evitare di scrivere di cose che, in fondo, interessano solo a noi? Insomma, come riconoscere una "notizia"?

Affinché un fatto qualsiasi possa diventare una notizia occorre che il fatto abbia precise caratteristiche:

- novità
- eccezionalità
- utilità
- importanza
- prossimità
- emotività
- esclusività

Questo consente a un fatto di essere *notiziabile*. La soggettività assume un ruolo primario nel processo di selezione e interpretazione dei fatti, e non ci si può illudere del contrario. Essendo il frutto di un'interpretazione, la notizia non coincide mai con il fatto, con l'avvenimento che descrive, ma ne rappresenta una riproduzione sempre infedele, poiché mediata dal giornalista. È il giornalista che decide se un fatto può diventare notizia.

Il giornalista seleziona i fatti e scrive le notizie in base al pubblico cui intende rivolgersi: in un giornale di economia non saranno trattati fatti di cronaca, e viceversa. Il modello di giornale che si è affermato negli ultimi centocinquanta anni è il quotidiano generalista che comprende, non come miscelanea ma secondo un ordine di rilevanza, notizie di vario genere: dalla cronaca nera e bianca (giudiziaria) alla politica, all'economia, alla cultura, allo sport. Tale modello è attualmente messo in profonda crisi dall'avvento di nuove forme di informazione legate allo sviluppo dell'industria digitale.

ART. 2 - LA NOTIZIA PER EAST JOURNAL

A fronte della crisi del giornale quotidiano generalista, *East Journal* persegue l'approfondimento specialistico offrendo al lettore notizie su fatti che non trova nei media generalisti in quanto ritenuti non notiziabili. I criteri di *notiziabilità* di East Journal sono quindi differenti:

Novità – per noi, la novità di un fatto non coincide necessariamente con la sua attualità. Trattandosi di aree geografiche, politiche e culturali poco note al pubblico italiano, è 'novità' tutto ciò che non è stato detto, del presente come del passato, nella nostra lingua. In tal senso anche la storia è *novità*.

Utilità – il nostro scopo è quello di fornire strumenti di comprensione della realtà (politica, culturale e geografica) di cui ci occupiamo. In tal senso è *utile* ogni informazione, storica, sociale, politica - attuale o meno - purché argomentata, spiegata nelle sue premesse e nelle sue conseguenze, senza omissioni e senza dare nulla per scontato.

Importanza – non sono importanti, e quindi non sono per noi *notizie*, i piccoli fatti di cronaca interna ai paesi di cui ci occupiamo (elezioni comunali, scandali di costume, eventi sportivi minori, etc...) a meno che non siano occasione per fare discorsi di più ampio respiro sulle problematiche politiche e sociali del paese in questione. Ad esempio un fatto di cronaca nera non interessa il pubblico cui ci rivolgiamo a meno che non siano espressione di un problema più ampio quale la discriminazione verso i rom, verso le donne, verso le minoranze, etc.

Prossimità – la stampa tradizionale italiana ritiene, per quanto concerne la politica estera, che sia più *prossimo* quanto accade a Washington rispetto a quanto accade a Zagabria, Praga o Budapest. È una questione culturale, ed è proprio questo che vogliamo cambiare con il nostro lavoro. Non ci sarà mai un'Europa unita finché non ne conosceremo i paesi e li sentiremo vicini. Per noi quindi è *prossima* tutta l'area dell'Europa centro-orientale, dei Balcani, del Vicino oriente. Più rilevanti saranno quei fatti che investono più paesi dell'area, o che hanno ricadute sull'intero continente e sulle istituzioni comunitarie.

Emotività – il binomio *attualità-emotività* è quello che domina le scelte di *notiziabilità* della stampa tradizionale. Noi dobbiamo proporre un approccio diverso, basato sulla riflessione e sull'approfondimento, problematizzando e disinnescando le spinte emotive. Un'informazione di testa più che di pancia.

Stabiliti questi criteri, occorre anche misurarsi in modo **flessibile** con il panorama informativo del nostro paese. Se un fatto che risponde pienamente ai nostri criteri di notiziabilità viene ampiamente coperto dai media principali allora non ha senso dare quella notizia perché risulterebbe oscurata dai media *mainstream*. Diverso è cercare di darla prima dei media *mainstream*, battendoli sul tempo. Se invece un fatto di nostro interesse viene trattato anche dai media *mainstream* ma in modo superficiale, allora è bene approfondirlo e seguirlo nel tempo in modo da dare al lettore un servizio che i media principali non gli offrono. Questo premia molto sul lungo periodo.

ART. 3 - FONTI E AUTOREVOLEZZA

ART. 3.1 - Caratteri generali

Alla base di una notizia, ci sono le **fonti**. La fonte non ci restituisce l'integrità dell'evento ma ci mette a disposizione una sua versione dell'evento. Il problema fondamentale è quello dell'affidabilità di una fonte. Poiché la parzialità è un dato intrinseco della fonte, ne consegue la necessità di un trattamento che ne compensi la parzialità e garantisca la veridicità. L'obiettivo del giornalista dovrebbe essere quello di avere un numero di fonti sufficiente a garantire la più ampia conoscenza dei fatti. Nel nostro caso, l'approfondimento si può fondare anche su fonti storiche, su *paper* accademici, report di organizzazioni internazionali, dati istituzionali, etc. **Riferirsi quanto più possibile a delle fonti e citarle è requisito necessario e non eludibile di un lavoro ben fatto.** Non si potrà, ad esempio, parlare di un generico calo dell'occupazione nel settore agricolo senza citare dati precisi, da fonti istituzionali, esplicitandoli nel testo attraverso link o nota, così da renderli fruibili dal lettore.

ART. 3.2 – Fonti e autorevolezza nel nostro caso

Nel caso di articoli di approfondimento in cui sia presente anche l'opinione o una personale interpretazione dei fatti, è comunque bene indicare testi di riferimento dove possibile. Dove non è

possibile, subentra l'autorevolezza di chi scrive. Nel nostro caso, l'autorevolezza si lega alla credibilità, quindi alle credenziali che ciascuno di noi può fornire. Ne consegue che un articolo di approfondimento redatto da uno studente, in cui entri in gioco l'autorevolezza dell'autore, sarà meno credibile di un articolo analogo redatto da un docente universitario, un ricercatore, etc. Tuttavia, non disponendo di firme e autori noti al grande pubblico, **la nostra credibilità e autorevolezza è collettiva**. Quindi collettiva è la ricaduta di errori o lavori poco accurati compiuti dai singoli. Ne consegue che i più esperti, attraverso una catena di responsabilità, vigilino con attenzione su quanto viene scritto e pubblicato, benché sussistano responsabilità legali specifiche (il Direttore responsabile).

Le fonti vanno sempre esplicitate:

- Tramite link, quando si tratta di articoli o dati reperibili su internet
- Tramite indicazione tra parentesi nel corpo del testo, indicante autore e data, quando si tratta di fonti bibliografiche
- Tramite nota a piè pagina in casi di particolare complessità

ART. 3.3 – Quali fonti usare?

Non è possibile indicare precisamente quali fonti usare, tuttavia è possibile indicare dei criteri attraverso cui selezionare le fonti. Nel nostro lavoro, più che interviste dirette, ci rifacciamo a quanto troviamo riportato sulla stampa internazionale, sui report di varie organizzazioni, su ricerche e *paper* di varia provenienza, non solo accademica. Per evitare di incorrere in errori, abbracciando teorie o interpretazioni mendaci o parziali, occorre sempre tenere presenti i seguenti punti:

Indipendenza e proprietà – chi mette i soldi? Chi è il proprietario del giornale, del centro di ricerca, dell'organizzazione che consultiamo? Quali sono le finalità politiche della proprietà?

Pubblico o privato – l'informazione pubblica non è sempre garanzia di indipendenza, molto dipende dalle regole del mercato dei media del singolo paese. Tuttavia l'informazione pubblica è più credibile in un sistema liberale e democratico avanzato che in regimi autoritari o democrazie limitate. In tal senso, se possiamo con una certa tranquillità affidarci alla *BBC*, dovremo evitare di prendere per buone le informazioni riportate da *Russia Today*.

Il bias di partenza - Anche fonti di parte possono essere tenute in considerazione se attentamente verificate. Possiamo ritenere autorevole e credibile il *Guardian* britannico, ma assai meno l'*Independent*, la cui proprietà appartiene a un oligarca russo. Questo criterio vale indipendentemente dalla nostra propensione politica: *Novaya Gazeta*, il giornale per cui lavorava Anna Politkovskaya, è indipendente nella misura in cui non è espressione del Cremlino, tuttavia la sua proprietà rispecchia precisi obiettivi politici, e quindi le notizie che propone vanno verificate tenendo conto del *bias* di partenza.

SEZIONE VI

RUOLI e FUNZIONI

ART. 1 - IL DIRETTORE RESPONSABILE

La figura del direttore responsabile è fissata negli articoli 3 e 5 della legge n. 47/1948 sulla stampa secondo cui giornale è opera collettiva dell'ingegno di cui il direttore è autore: questo principio è altresì affermato dalla legge n. 633/1941 sul diritto d'autore. La legge n. 47/1948 stabilisce quale competenza specifica ed esclusiva del direttore quella di **fissare ed impartire le direttive politiche e tecnico-professionali del lavoro redazionale, stabilire le mansioni di ogni giornalista, adottare le decisioni necessarie per garantire l'autonomia della testata**. Il direttore risponde di "omesso controllo" quando non impedisce che "con il mezzo della pubblicazione siano commessi reati". Se viene condannato in sede penale, **il direttore risponde civilmente congiuntamente all'autore dell'articolo incriminato**, in base all'articolo 11 della Legge sulla Stampa.

Il Direttore Responsabile (*poteri e prerogative*):

- ha l'ultima parola su questioni economiche, su accordi, firme e relazioni formali con enti giuridici, economici, finanziari, politici e mediatici;
- vigila su quanto pubblicato in collaborazione e corresponsabilità con il Direttore Editoriale;
- può chiudere la Testata o sospenderne le attività in quanto proprietario della stessa;
- rimuove, modifica e censura in modo unilaterale e senza preavviso – ma informando il Direttore Editoriale - qualsiasi articolo pubblicato (o parti di esso) che egli ritenga lesivo dell'immagine del giornale o tale da prefigurare un potenziale reato a mezzo stampa;
- può allontanare senza preavviso e in totale autonomia i redattori e gli autori che:
 - deliberatamente scelgano di non attenersi alla Linea editoriale e alle norme indicate in questo Statuto;
 - a causa delle loro azioni e dei loro comportamenti espongano il Direttore responsabile al rischio di essere legalmente perseguito.
- vigila sulla Linea editoriale e sul presente Statuto e se ne fa garante;
- sceglie in totale libertà di quali argomenti scrivere, con che tempi farlo, anche quando l'articolo non è coerente alla Linea editoriale.
- tiene i rapporti con l'Associazione Most e si coordina con essa;
- nomina e può rimuovere il Direttore editoriale e il Vice-direttore;
- In linea di principio, ha diritto di fissare ed impartire le direttive politiche e tecnico-professionali del lavoro redazionale, stabilire le mansioni di ogni collaboratore, adottare le decisioni necessarie per garantire l'autonomia della testata anche in deroga al presente Statuto. Tali diritti vengono delegati al Direttore Editoriale in base a quanto stabilito negli articoli seguenti.

Il Direttore responsabile si impegna a gestire alcuni aspetti relativi alla gestione tecnica del sito internet della Testata (*compiti tecnico-pratici*):

- aggiornando quando richiesto plugin e applicazioni;
- modificando il layout del sito quando necessario;
- gestendo gli strumenti *Developer* di Facebook;

ART. 2 - IL DIRETTORE EDITORIALE

Il Direttore Editoriale è nominato dal Direttore Responsabile che gli delega alcune funzioni editoriali necessarie a condurre efficacemente l'attività di gestione politica e tecnico-professionale della Testata. Il Direttore Editoriale ha l'obbligo di dirigere la Testata in accordo con il Direttore Responsabile, rispettandone le prerogative.

Funzioni editoriali

Il Direttore Editoriale si occupa:

- del controllo, della verifica e della revisione di quanto pubblicato;
- del coordinamento con la Redazione in ogni sua parte;
- del numero di articoli settimanali da pubblicare, dei giorni in cui pubblicare, delle fasce orarie in cui pubblicare, del numero di articoli annui da richiedere a ciascun autore;
- della gestione della programmazione delle pubblicazioni (scaletta settimanale);
- di moderare e censurare i commenti sul sito e sulle pagine social, con particolare attenzione a commenti diffamatori o ingiuriosi nei confronti di terzi nel rispetto di quanto previsto da questo statuto (Sez. III, art.6.3). Salvo diversamente specificato, i commenti al sito sono da ritenersi chiusi;
- di stabilire quali argomenti seguire, anche redigendo rubriche o incentivando la formazione di gruppi di lavoro;
- di richiedere agli autori correzione e modifica degli articoli quando necessario, bloccando le pubblicazioni che ritiene inesatte, controverse o non aderenti a quanto indicato nel presente Statuto.

Poteri e prerogative

Il Direttore Editoriale:

- ha l'ultima parola sull'ingresso di nuovi redattori;
- decide le modalità di reclutamento e ricerca di nuovi redattori;
- decide in ultima istanza su quando reclutare nuovi redattori;
- può nominare o rimuovere capo-redattori d'area;
- può aprire o chiudere gruppi di coordinamento social;
- sceglie quali e quanti redattori, collaboratori e autori devono far parte dei diversi gruppi di coordinamento (sotto-redazioni d'area, redazione centrale, etc...);
- informa il Direttore responsabile prima dell'inserimento di nuovi Redattori;
- cura la posta di redazione e realizzare una rubrica di contatti (telefonici e/o e-mail) interni e esterni alla redazione;
- raccoglie la quota annuale necessaria per il mantenimento dell'hosting, del dominio e dell'assistenza, da versare all'Informatico secondo accordi tra le parti;
- tiene rapporti proficui con persone o enti terzi;
- partecipa a trasmissioni televisive, radiofoniche o eventi pubblici presentandosi – per quanto possibile – come Direttore Editoriale di East Journal. In alternativa, decide a quali redattori affidare questo tipo di collaborazioni
- **può affidare incarichi a membri della redazione delegando parte dei compiti che gli sono assegnati, di cui resta comunque responsabile di fronte al Direttore Responsabile;**

Prerogative e compiti condivisi

Il Direttore Editoriale si impegna a stabilire insieme a Direttore Responsabile:

- il numero di articoli annuo da richiedere a ogni redattore e autore;
- i criteri per stabilire quando e come allontanare redattori e autori inattivi;
- le aree geografiche e tematiche di cui si occupa la Testata;
- le iniziative pubbliche e gli accordi con enti terzi (anche ripubblicazione di articoli), nel rispetto delle prerogative del Direttore Responsabile;
- le modalità di raccolta della quota annuale necessaria per il mantenimento dell'hosting, del dominio e dell'assistenza, da versare all'Informatico secondo accordi tra le parti.

Doveri ineludibili

Il Direttore Editoriale, su indicazione del Direttore Responsabile:

- garantisce che l'attività di scrittura sia primaria rispetto a ogni altra attività. La gestione e l'implementazione di pratiche diverse dalla scrittura di articoli non può essere ritenuta alternativa o sostitutiva dell'attività di scrittura né deve sottrarre energie all'attività di scrittura;
- ribadisce che la scrittura di articoli è *conditio sine qua non* per essere considerato un Redattore di East Journal, accordandosi con Direttore Responsabile in casi particolari;
- allontana i redattori inattivi secondo quanto stabilito dal presente Statuto

Compiti tecnico-pratici

Il Direttore Editoriale ha i seguenti obblighi in relazione alla gestione tecnica e pratica del sito internet della Testata, occupandosi:

- della cura generale del sito internet segnalando al Direttore Responsabile eventuali disfunzioni;
- della gestione delle pagine social della testata, da condursi in totale autonomia tecnica e decisionale;
- di colmare le proprie lacune tecniche legate al funzionamento di Wordpress così da raggiungere la più completa autonomia operativa;
- di mantenere i contatti con l'Informatico e avvisarlo tempestivamente in caso di problemi;

ART. 3 - RESPONSABILI d'AREA

La redazione può organizzarsi in sottogruppi divisi per area geografica o argomento al fine di rendere più efficace il coordinamento e la revisione. Tali sottogruppi – generalmente denominati in base all'area geografica di cui si occupano i redattori membri – possono (ma non devono) avere un responsabile. Il responsabile d'area ha il compito di:

- coordinare il lavoro dei redattori, stimolandoli a scrivere;
- garantire che si scriva dei fatti più importanti (anche assegnando articoli ai redattori);
- garantire che i fatti più importanti vengano seguiti nel tempo (garantire cioè la "continuità della notizia");
- verificare correttezza e qualità di quanto scritto dai redattori;
- seguire le indicazioni del Direttore editoriale;

- Si impegnano a coordinarsi con i loro omologhi al fine di evitare per quanto possibile compartimenti stagni o eccessive difformità nella gestione dei sottogruppi di cui sono responsabili.

Il responsabile d'area è nominato dal Direttore Editoriale che può rimuoverlo qualora ritenga non svolga adeguatamente il proprio ruolo.

ART. 4 - LA REDAZIONE

Composizione

La **Redazione** si compone di tutti gli autori e collaboratori di *East Journal* (d'ora in poi detti *Redattori*) senza alcuna distinzione.

Alla Redazione è richiesto di scrivere con adeguata tempestività e competenza dei principali fatti di attualità politica dell'area di interesse della testata. La redazione può altresì occuparsi di questioni culturali, storiche, economiche, politiche non strettamente legate all'attualità. I *Redattori* hanno la libertà di scegliere gli argomenti di cui scrivere, tuttavia devono accettare le modifiche operate o richieste dai responsabili d'area o dal Direttore responsabile. I Redattori non possono in nessun caso scrivere articoli di opinione, a meno che non siano autorizzati dal Direttore Responsabile in accordo con il Direttore Editoriale. La pubblicazione di articoli di opinione senza permesso comporta l'immediata espulsione da *East Journal*.

Coordinamento

La Redazione deve avere un gruppo di coordinamento principale, denominato appunto "*Redazione EJ*" cui i redattori siano iscritti. Tale gruppo principale è il luogo di coordinamento privilegiato e non può essere sostituito dalle redazioni d'area. Il Direttore responsabile ha diritto a partecipare a tale gruppo.

Inattività

I Redattori che nel corso dei dodici mesi precedenti abbiamo scritto meno di sei articoli (da uno a cinque) sono da considerarsi *inattivi stabili*. In tal caso il Direttore Editoriale si impegnerà a rinegoziare con gli interessati la partecipazione al progetto, l'accesso al sito e ai gruppi social, cercando soluzioni personalizzate e discutendo dell'eventuale uscita dalla Redazione.

I Redattori che abbiano scritto meno tre articoli negli ultimi sei mesi sono da considerarsi inattivi temporanei e sono esclusi da qualsiasi processo decisionale promosso dalla Redazione stessa o dal Direttore Editoriale.

Si ricorda ai redattori e ai collaboratori che, in base alla Legge sulla Stampa, sono responsabili in solido, unitamente al Direttore responsabile, in caso di reati a mezzo stampa che riguardino quanto da loro personalmente scritto.

REDATTORI	
ATTIVI	INATTIVI
Redattori che scrivono regolarmente	Inattivi stabili (da 1 a 6 articoli all'anno)

Redattori che hanno concordato periodi di sospensione non superiore a sei mesi e rinnovabile al massimo per altri sei.	Inattivi temporanei (da 1 a 3 articoli negli ultimi sei mesi)
--	---

ART. 6 - MODIFICHE ALLO STATUTO

Il presente Statuto ha valore di regolamento, indica ed esplicita la linea editoriale e politica della Testata; definisce ruoli e funzioni dei membri del progetto East Journal; presenta norme tipografiche, lessicali e formali cui tutti devono attenersi. Il presente Statuto è modificabile dal Direttore Responsabile in accordo con il Direttore Editoriale.

Il presente Statuto può essere tuttavia modificato o integrato su proposta della Redazione.

Modifica o integrazione proposta dalla Redazione:

1. La proposta di modifica o integrazione arriva da un Redattore attivo, questa viene automaticamente messa ai voti all'interno della Redazione.
2. Il voto della Redazione è valido se vota almeno la metà (50%) dei membri attivi al momento della consultazione (*quorum*). In caso di mancato raggiungimento del quorum o di maggioranza contraria, la proposta è bocciata e termina il proprio iter.
3. In caso di voto favorevole da parte della Redazione, la proposta passa al Direttore Editoriale che la discute con il Direttore Responsabile. In caso di parere positivo, la proposta è approvata.

APPENDICE I

PICCOLO VOCABOLARIO DEI GENERI GIORNALISTICI

La **notizia** (*news*) è un articolo breve, che rende conto di un evento in poche righe, limitandosi alla narrazione dei fatti essenziali in maniera più o meno sintetica (in taluni casi è infatti detta 'breve'). Rispetta la regola delle cinque W e non fornisce approfondimenti.

Il **commento** (*views*) è un articolo che parte da una notizia nota e ne offre una spiegazione, confina con l'articolo di opinione ma si fonda su dati oggettivi (noi lo chiamiamo anche "approfondimento").

Il **corsivo** è un articolo critico, polemico o satirico su un problema di attualità. La finalità principale non è informare, ma fare emergere il punto di vista del giornalista o del commentatore.

L'**editoriale** (o 'articolo di fondo') è un articolo di commento che si occupa solitamente di un argomento politico o di fatti di estrema attualità ed esprime la linea politica o editoriale della testata, attraverso un autorevole opinionista o il direttore stesso.

Le **storie** (*features*) sono articoli che informano su avvenimenti reali oltrepassando i dati di cronaca e costruendo una storia della quale si può cogliere anche l'atmosfera o l'emozione. Esse riguardano la condizione umana e la vita sociale, usano un registro che si avvale della creatività. In Italia si parla di "storie" quando, partendo da dati di cronaca, si ricostruisce la vicenda impiegando visioni soggettive o emotive. Il rischio è quello di scivolare nel sensazionalismo o nell'invenzione letteraria.

Il **reportage** indica un ampio pezzo che ha per oggetto una notizia già diffusa. Il punto di partenza non è una novità, ma è un fatto già noto: una guerra, il luogo di un delitto, la sede di un partito in un momento cruciale. È il pezzo degli inviati. Si costruisce prendendo un particolare di un fatto e dilantandolo con altri particolari inerenti a quel fatto.

- *Reportage fotografico* – la fotografia sostituisce le parole, che tuttavia accompagnano e completano. Quando invece la fotografia è in aggiunta alle parole, si parla di corredo fotografico.
- *Reportage vs Feature* – il reportage, per aderenza ai fatti, si propone di essere più oggettivo mentre la storia (*feature*) ha caratteristiche più soggettive e un taglio maggiormente narrativo. I confini, tuttavia sono sottili.

Giornalismo narrativo (*new journalism*) estrema esasperazione della tecnica delle *features*. Il proposito esplicito era quello di ricorrere agli espedienti letterari delle fiction anche nei pezzi di giornale. Ma gli stratagemmi letterari dovevano essere funzionali alla rappresentazione emozionante delle notizie attraverso il parlato dei personaggi, l'uso di un narratore esterno (onnisciente o meno) e altri strumenti della fiction applicati, però, al contesto della non-fiction. In Italia la "non-fiction" è sovente diventato il modo per raccontare, da parte dei giornalisti, realtà sociali senza averne dati concreti o piena esperienza diretta.

L'**inchiesta** scava nei fatti per scoprirne le cause, i fenomeni collegati e i retroscena, può protrarsi nel tempo ed essere svolta da più persone.

L'**intervista**: le domande del giornalista e le risposte dell'interlocutore sono presentate in uno schema che riproduce anche graficamente il dialogo tra due persone. Serve a mettere in primo piano la soggettività della persona intervistata. Nell'intervista non dovrebbero trovare spazio i commenti del giornalista.

APPENDICE II

PICCOLA GUIDA AL CARICAMENTO DEGLI ARTICOLI

I collaboratori e redattori che hanno accesso al *back-office* di East Journal al fine da caricare autonomamente i propri articoli, dovranno attenersi a delle semplici norme spiegate qui di seguito.

La prima fase – il TESTO.

- Entrate nel back-office. Sulla colonna di sinistra cliccate alla voce “*articoli*” e poi su “*aggiungi nuovo*” Si apre la finestra di testo. Ha due palette, “visuale” e “html”. Cliccate sulla seconda, “html” e incollate il testo poi tornate su “visuale”. In questo modo si elimina la formattazione. Se invece il testo viene scritto direttamente online, si può scrivere su “visuale”. Sopra la finestra di testo ci sono dei pulsanti. Cliccate su “grassetto” ed evidenziate le parole chiave del vostro testo o i concetti importanti. Proponete un titolo che va scritto secondo questo schema ARGOMENTO: Titolo minuscolo. Es: RUSSIA: Le strategie del gas. Tra i pulsanti presenti sopra la finestra di testo, cliccate su “Toggle della barra degli strumenti”, comparirà una seconda fila di pulsanti, cliccate su “Giustificato” per giustificare il testo.

NOTE: Il testo deve essere pulito, senza doppi spazi, errori ortografici o grammaticali. Occorre rileggere i propri articoli. Chi non rilegge i propri articoli, presentandoli con numerosi errori ortografici o grammaticali, verrà sanzionato e successivamente allontanato dalla redazione.

Seconda fase – l’IMMAGINE

- Cercate una bella immagine da Google o Flickr. Verificate che sia *open source* o *copyleft*, soprattutto verificate che non sia una foto d’autore. Verificate che sia un’immagine di almeno 450 pixel per 200 (immagine media). L’immagine selezionata DEVE essere orizzontale, cioè più larga (*width*) che alta (*high*). Salvatela sul vostro computer. Entrate nel back-office del sito, caricate l’articolo. Nella colonna di destra, l’ultima voce in basso è “Immagine in evidenza”. Cliccate su “imposta immagine in evidenza”. Vi si apre una finestra di *upload* dell’immagine. Cliccate su “selezionare file” e selezionate l’immagine salvata sul vostro computer. Indicate in calce all’articolo la fonte o l’autore. Scorrete la finestra verso il basso. Cliccate sulla voce: “utilizza l’immagine come in evidenza”. NON cliccate su “inserisci nell’articolo”. Salvate le modifiche e chiudete.

Terza fase – DETTAGLI

- I dettagli da non trascurare. TAG: Nella colonna di destra la voce “Tag”. Si tratta di parole chiave utili a indicizzare meglio il vostro articolo sui motori di ricerca. Inserirne in numero limitato, il programma vi suggerirà le *tag* già presenti completandovele. Aggiungetene di nuove solo se strettamente necessario. Tra le tag inserite il vostro nome.
- CATEGORIA: Sopra le “tag” c’è lo spazio categorie. Le categorie sono due due tipi: geografiche e argomenti. Selezionate la categoria del vostro articolo tra quelle disponibili. NON è consentito selezionare più di una categoria a meno che non si tratti di articoli di taglio storico o culturali, in tal caso è obbligatorio selezionare una categoria storica o culturale e una geografica.

In caso di articoli che riguardino più di un paese della stessa area geografica, selezionare come categoria solo l'area geografica e non il paese (ad esempio un articolo che parla di Serbia, Kosovo e Albania sarà inserito solo nella categoria "BALCANI").

Quarta fase – SALVATAGGIO

Nella colonna di destra, in alto, la prima voce è "Salva bozza". Cliccate e uscite. Se volete fare nuove modifiche, perché vengano salvate dovrete cliccare di nuovo su "salva bozza". Non cliccate MAI su "pubblica".

Quinta fase – RIASSUNTO

Il riassunto (o 'strillo') è una breve descrizione dell'articolo che, all'atto della pubblicazione, viene postato automaticamente su FB accompagnando l'uscita dell'articolo stesso. Il riassunto deve essere breve e incuriosire il lettore.

- *Impostazioni schermo* – È importante tenere pulita la pagina del *back-office* eliminando molte applicazioni visualizzate di default ma inutili al lavoro. Aprite un nuovo articolo, cliccate in alto su "*Impostazioni schermata*" e deselezionate tutto tranne: Categorie; Tag; Immagine in evidenza; Riassunto. Poi aggiornate la pagina, i cambiamenti verranno memorizzati.

Sesta fase – COMPILAZIONE SEO

La compilazione del campo SEO serve a migliorare l'indicizzazione dell'articolo da parte dei motori di ricerca. Di particolare interesse l'indicizzazione da parte di Google News, servizio di cui *East Journal* fa parte, al fine di migliorare il rating complessivo del sito e la posizione dei nostri singoli articoli. Nella pagina di caricamento dell'articolo, sotto alla finestra di testo, si trova la sezione "Yoast SEO" divisa in diversi campi.

Il primo, più in alto, si chiama "anteprima snippet" e presenta il titolo dell'articolo: sarà identico a quello che avete indicato come titolo dell'articolo generale, non modificatelo. Cliccate però su "modifica snippet". Si aprirà una serie di campi da compilare:

- **TITOLO SEO:** non modificatelo, non inserite nulla se vuoto
- **Slug:** non modificatelo, non inserite nulla se vuoto
- **Meta-descrizione:** è una versione più breve del *Riassunto* e ha la stessa finalità. Da compilare.
- **"Parola chiave principale",** inserire una parola chiave che sia presente nel titolo e nelle prime righe dell'articolo. Se la parola che individuate non è presente nel titolo e nelle prime righe, avete sbagliato parola chiave oppure dovete modificare titolo e prime righe dell'articolo.

Alla fine è presente un "semaforo". Se il pallino generale è verde significa che il SEO è adeguato, altrimenti dovrete intervenire finché il semaforo non diventa verde. Alla voce "analisi" si trovano diverse indicazioni per modificare e migliorare il SEO.

Mettere sempre almeno un link a un articolo di East Journal serve a migliorare il SEO e offre ai lettori un accesso al nostro archivio. Indicare il "testo alternativo" all'immagine in evidenza è uno stratagemma utile per avere "semaforo verde". Il plugin del SEO viene costantemente aggiornato, alcune cose potrebbero cambiare rispetto a quanto indicato qui.

APPENDICE III

NORME PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE PUBBLICAZIONI

La scelta degli orari di pubblicazione deve tenere conto di diversi aspetti. Lo scopo è duplice: attirare quanti più lettori sul sito e garantire adeguata visibilità a tutti gli articoli.

Come accedere al Calendario

Dal menu di sinistra, alla voce “articoli” si apre un menu a tendina. Selezionare “calendario” per aprire il calendario delle pubblicazioni. Per modificare l'orario dei singoli articoli non usare l'opzione “modifica veloce1” dal calendario ma “modifica”, entrando quindi nella bozza e modificando da quella sede l'orario di pubblicazione.

Orari di pubblicazione

Gli articoli di East Journal vengono pubblicati in due orari:

- alle 11 (le “brevi” del mattino)
- alle 13 (per sfruttare la pausa pranzo)
- alle 17 (per sfruttare il traffico serale)

Quali articoli pubblicare

In una situazione ideale, quello delle 11 è un articolo leggero, curioso, oppure una “breve”. Quello delle 13 dovrebbe essere un articolo di approfondimento e/o analisi su fatti di relativa attualità politica; quello delle 17 potrebbe essere alternativamente un articolo di approfondimento storico, culturale, oppure un articolo di approfondimento su temi meno legati all'attualità politica.

Ad esempio un articolo sulle politiche a favore della natalità in Georgia rientra in questa fascia oraria; un articolo sulla storia dei tedeschi della Transilvania (o sulla loro situazione socio-politica), pure rientra in questa fascia oraria; un pezzo di linguistica slava, un articolo sulle politiche del lavoro in Ungheria oppure sulle politiche digitali in Estonia, rientrano in questa fascia oraria.

Articoli “di traino” e articoli “di appoggio”

Occorre cioè considerare se il proprio articolo è “di traino” o di “appoggio”. I primi sono, appunto, articoli di approfondimento sull'attualità politica capaci di portarci un numero relativamente alto di lettori in poco tempo. Sono articoli che creano traffico sul sito e dibattito (o quantomeno condivisione) sui social-media. Sono quindi articoli che trattano di eventi o fenomeni di ampio respiro e di interesse internazionale.

I secondi sono articoli che

- consolidano il traffico creato dai primi
- godono del traffico creato dai primi

Non tutti gli articoli suscitano nei lettori uguale interesse per il pubblico. Occorre quindi abbinare articoli di maggiore interesse ad articoli di “nicchia” così che la visibilità portata dai primi abbia un effetto positivo sui secondi.

Una questione di alchimia

Non c'è una regola, si tratta di un'operazione arbitraria. A volte l'alchimia funziona, a volte no. A volte articoli che si ritenevano “di appoggio” diventano “di traino”. La cosa importante è però chiedersi, prima di programmare l'orario di pubblicazione, qual è la natura dell'articolo. Sappiamo che non tutti i temi suscitano uguale interesse nei lettori. Noi ci siamo dati l'obiettivo di fornire un'informazione completa e non dobbiamo piegarci agli umori dei lettori ma dobbiamo sfruttarli a nostro vantaggio. Siate quindi attenti nel definire la tipologia di articolo che avete scritto.

Il venerdì

Il venerdì è un giorno particolare, la gente esce alla sera e il traffico dopo le 17 è minore rispetto agli altri giorni. In condizioni di carenza di articoli da pubblicare, programmiamo l'uscita di un solo articolo alle ore 13. In ogni caso gli articoli del venerdì sono quelli che “sconfinano” nel weekend, che vengono letti il sabato e la domenica, quando la gente ha più tempo. Meglio quindi proporre in questa giornata ampi articoli di taglio squisitamente culturale, magari di nicchia, che richiedono più tempo e attenzione per essere letti e che in altre giornate rischierebbero di venire ignorati.

APPENDICE IV

LA REVISIONE DEGLI ARTICOLI: chi, come, perché

Una fase temporanea

East Journal si avvale della partecipazione di autori diversi per età, formazione, cultura. Non tutti gli autori di *East Journal* dispongono delle competenze necessarie per scrivere un articolo adeguato agli standard richiesti. La revisione è quindi da intendersi come **fase temporanea** di affiancamento finalizzata a sviluppare competenze e conoscenze tali da rendere l'autore autonomo nella redazione di articoli. La durata dell'affiancamento è variabile.

Tipi di revisione

La revisione può limitarsi a suggerire letture e studi che approfondiscano le conoscenze sui temi di cui l'autore si occupa, ma può anche investire aspetti formali (lingua e stile, struttura dell'articolo, uso del backoffice e di Wordpress).

Autori sottoposti a revisione

Gli autori sottoposti alla revisione sono divisi in due gruppi:

- coloro che hanno bisogno solo di minime revisioni. Questi sono membri effettivi della redazione di *East Journal* che svolge nei loro confronti un lavoro di tutoraggio. La fase di tutoraggio è da intendersi come transitoria e limitata nel tempo e può essere assimilata ad una fase di inserimento.
- coloro che hanno necessità di un ampio e articolato lavoro di revisione. Si tratta perlopiù di candidati in quanto non dovrebbero essere accolti autori che abbiano bisogno di un ampio lavoro di revisione.

Chi fa la revisione

Il Direttore Editoriale e i caporedattori **stabiliscono** le modalità di revisione, tuttavia per consuetudine:

- nel caso si tratti di candidati "sotto tutoraggio" la revisione può limitarsi a una sola persona.
- nel caso si tratti di "candidati" la revisione deve coinvolgere più redattori. Il "comitato" di revisori può essere diverso per numero e composizione a seconda della situazione.

Come fare una revisione

Negli anni si è individuata la seguente modalità, tuttavia non vincolante. I commenti vanno indicati nell'articolo stesso come **note a piè pagina** e con un colore diverso per ogni revisore il quale indicherà il proprio nome e i propri commenti. Non esiste un comando "nota a piè pagina" e occorrerà quindi inserire manualmente i numeri delle note. Non si devono inserire i propri commenti direttamente nel testo, né si deve modificarlo. Una volta raccolti tutti i commenti, e solo in quel momento, il collaboratore è chiamato a correggere l'articolo. Se anche dopo la correzione l'articolo risulterà inadeguato alla pubblicazione, verrà respinto.

Al termine della fase di “tutoraggio” la revisione non è più necessaria e l’autore diventa redattore a pieno titolo, autonomo e indipendente nel redigere gli articoli. Al termine della fase di prova di un nuovo candidato è possibile che cominci un “tutoraggio”.

APPENDICITE



Amico collaboratore, candidato, redattore, sappi che se scrivi articoli **troppo lunghi**, non verranno letti. Se scegli **un’immagine brutta**, banale, retorica, o peggio sgranata o verticale (così che risulti tagliata una volta pubblicata), il tuo articolo non richiamerà l’attenzione dei lettori, o li allontanerà persino, e alla fine non verrà letto. Se fai **un titolo incomprensibile**, lungo, che possono capire solo quattro esperti, il tuo articolo non verrà letto. O verrà letto da quattro persone.

Hai deciso di dedicare due o tre ore del tuo tempo a scrivere un articolo perché alla fine non venga letto? **Bravo pirla**. Il tuo amato Direktor è contento lo stesso perché ha comunque articoli da pubblicare e anche il tuo, benché inutile, fa volume. Ma tu hai buttato nel cesso il tuo tempo. Tu fai solo volume.

Hai deciso che non ti frega niente se il tuo articolo viene letto o no, perché tu in fondo scrivi per te stesso, per sentirti intelligente, per dare sfoggio di quell’inutile pezzo di carta che ti hanno dato all’università? Ecco, **non hai capito niente**. Questo è un giornale, qui si scrive per chi legge e non per sé stessi. Qui si scrive per dare un servizio ai cittadini: l’informazione. E per informare bene devi scendere da quel piedistallo in cui sei salito perché, fidati, nessuno ti guarda e adeguarti alle indicazioni che ti vengono date. Allora, forse, i tuoi articoli saranno letti, il tuo tempo non sarà sprecato, e avrai dato a qualcuno un po’ di te. Avrai condiviso, messo a disposizione ciò che sai, anni di studio, perché sarai letto e forse qualcuno si ricorderà di te e verrà a cercare altri tuoi articoli. Perché si fida di te.

Ora, ecco quel che devi fare. Non scrivere articoli che vadano troppo oltre le 4000 battute spazi inclusi. Mettici un po’ di senno quando scegli un’immagine - ricordando che siamo un giornale di approfondimento e non di cronaca, quindi non mettiamo immagini segnaletiche, ripetitive, già viste su altri media - e fai un titolo chiaro e breve.

Altrimenti fa’ un po’ come cazzo te pare.

L'insulto è la ricompensa abituale di un lavoro ben fatto

Mikhail Bulgakov