

**Tg:L'ITALIANO TELEVISIVO A SCUOLA
(TECNOLOGIA DELLA PAROLA)**

Certamente l'U.D. qui presentata sarebbe opportuno facesse parte di un Modulo tematico più vasto che potrebbe avere come argomento ad esempio l'ORALITA' DEL LINGUAGGIO VERBALE, la cui opportunità sarebbe dovuta dal richiamo legislativo, dal M.P.I. "Indicazioni nazionali" a cui riguardo è rivolto lo sviluppo della competenza lessicale. In tali indicazioni l'acquisizione del lessico rientra in parte fra gli argomenti di grammatica esplicita e riflessione sugli usi della lingua, ma anche in uno spazio autonomo rilevante e prioritario sotto la voce "Acquisizione ed espansione del lessico ricettivo e produttivo", si da contrastare il diffuso impoverimento lessicale, ma anche ad un ripensare alla tradizione orale come ad una eredità di forme, generi, stili.

Lo studio del lessico è importante per allargare l'ambito delle proprie conoscenze ed è favorito dalla estensione e molteplicità delle esperienze del più vario materiale disponibile ricavato anche dall'uso linguistico degli alunni, si tenderà a fare acquisire coscienza e padronanza di alcune importanti proprietà del lessico stesso: derivazione, composizione, giustapposizione, affinità di parole e significato, rapporti tra significati, appartenenza dei vocaboli alle diverse varietà della lingua.

La FINALITA' che il modulo si proporrebbe e, dunque, per ciò che attiene al suo segmento anche l'U.D. Tg:L'ITALIANO TELEVISIVO A SCUOLA, è potenziare nei ragazzi un percorso di approfondimento sulla evoluzione della lingua e sulle sue varietà attraverso l'analisi dei linguaggi giovanili e dei media.

Finalità, questa, poi che calata nel contesto operare degli OBIETTIVI didattici significa sviluppare un approccio attivo e critico della comunicazione col proposito di promuovere la conoscenza dell'italiano contemporaneo.

Da qui lo studio dei fenomeni che il linguaggio giovanile condivide con la semantica dei gerghi quali gli aspetti retorici come la metafora scherzosa, la metonimia, la parafrasi, la coprolalia.

Ci sembra poi opportuno indicare come componenti lessicali di Linguaggi Giovanili i seguenti strati:

Una base di italiano colloquiale, informale e scherzosa;

Uno strato dialettale e regionale;

Una quota di forestierismi, pseudo-forestierismi e internazionalismi;

Un apporto di linguaggi settoriali o speciali;

Un settore proveniente dai mass media;

Un apporto di gergalismi di breve durata, di neologismi e di voci effimere.

Tutto ciò farà riflettere sugli effetti che i Linguaggi Giovanili sembrano produrre sulla lingua comune in una situazione di incessante movimento come quella attuale.

Se infatti il TEMA proposto è focalizzato sul rapporto fra linguaggio e società, tutto il lavoro che in esso si svolgerà, avrà come punto di riferimento costante il rapporto che lega l'oralità al suo contesto.

Proprio per questo riteniamo emblematica la visione di alcune trasmissioni televisive in cui è più evidente l'uso dei vari registri linguistici:

Trasmissione televisiva di informazione: QUARK, Tg (I livello alto)

Trasmissione di intrattenimento: Affari tuoi (II livello medio)

Fiction – romanzi all'italiana : Segreto (III livello basso)

Questionario sul linguaggio giovanile del quale lessico dovranno essere conosciuti l'uso e il significato di parole nuove.

La VERIFICA finale dovrà essere effettuata attraverso la produzione di un breve Tg da cui si evidenzieranno i fenomeni costitutivi dell'italiano parlato, schematizzabili in fenomeni morfo-sintattici e fenomeni stilistico-lessicali.

Tg: L'ITALIANO TELEVISIVO (TECNOLOGIA DELLA PAROLA)

TIPOLOGIA: ARGOMENTI

DURATA: H.10 CURRICULARI

DISCIPLINE COINVOLTE: ITALIANO E APPROFONDIMENTO

FINALITA': CONSIDERARE LA TELEVISIONE COME STRUMENTO DI EDUCAZIONE, DI INSEGNAMENTO, DI DIVERTIMENTO, DUNQUE DI EDIFICAZIONE SOCIO-ETICA, MA ANCHE DI EVASIONE E DI INTRATTENIMENTO.

PREREQUISITI:

- Saper consultare il dizionario
- conoscere diverse tipologie testuali (libri, giornali, web...)
- Sufficiente conoscenza dei vari registri linguistici

OBIETTIVI GENERALI:

- Appropriato uso della lingua in una varietà di situazioni comunicative scolastiche ed extrascolastiche
- Sviluppo di strategie di comunicazione, con grande attenzione a quelle che, in quanto utilizzabili anche al di fuori della scuola, entrano a far parte della vita e per continuare ad apprendere

OBIETTIVI SPECIFICI:

- Comprendere quali sono i diversi significati della parola
- Identificare nell'italiano televisivo i processi di ristrutturazione della norma in atto nell'italiano contemporaneo;
- Caratterizzare le tendenze di questo processo come avvicinamento tra lingua orale e lingua scritta;
- Cogliere le varietà lessicali nel genere medio-alto che si allenta nei generi di massa come reality-tv;
- Caratterizzazione del rapporto fra generi comunicativi, tipi e stili testuali e stili di parlato.

ANALISI DEI BISOGNI:

- Bisogni comunicativi (comportamento linguistico adeguato);
- Bisogni di tipo personale e funzionale (come interagire con gli altri, ascoltare e comprendere testi diretti o tv trasmesse);
- Bisogni scolastici ed educativi (ascoltare e parlare per apprendere, parlare per esporre ed argomentare);

CONOSCENZE:

- Conoscenza delle principali strutture grammaticali della lingua italiana, delle funzioni della lingua, del lessico fondamentale dell'italiano;
- Dimensione socio-linguistica (registri dell'italiano contemporaneo, elementi della comunicazione, codici della comunicazione orale, verbale e non verbale, principi di organizzazione testuale)

COMPETENZE:

- Sviluppare il pensiero tramite l'oralità dando i nomi alle cose, ampliando il lessico, parlando con gli altri per costruire significati e condividere conoscenze;
- Ascoltare e comprendere testi orali diretti e trasmessi (Tg...) dai media: il tema e le informazioni essenziali, lo scopo e l'argomento, riconoscerne la fonte e il punto di vista dell'emittente;
- Produrre discorsi per scopi diversi man mano più articolati e meglio pianificati passando da usi informali della lingua a usi più controllati e formali.

ABILITA':

- Ampliamento della capacità di produzione linguistica;
- Ampliamento della capacità di contestualizzazione della parola;
- Ampliamento della capacità di distinguere l'uso appropriato di registri linguistici.

CONTENUTI:

- Visione della trasmissione televisiva di informazione: QUARK e Tg (I livello alto);
- Visione della trasmissione televisiva di intrattenimento: Affari tuoi (livello colloquiale medio);
- Visione della fiction televisiva- romanzi all'italiana: Segreto (livello medio simulato);
- Questionario di parole gergali nuove.

STRATEGIE METODOLOGICHE:

- Somministrazione di questionari;
- Laboratori di gruppo di analisi di testi televisivi e non per livelli alto, medio, basso (omogenei ed eterogenei);
- Brainstorming;
- Discussione plenaria in classe;
- Discussione guidata dei significati etimologici in rapporto al tempo e al contesto;
- Ascolto attivo;
- Ascolto di un parlato monologico diretto (istruzioni)
- Ascolto di un parlato monologico indiretto (spiegazioni) attraverso strumenti elettronici: LIM;
- Momenti di parlato (ascolto in situazione di simulazione (giochi di ruolo, drammatizzazione, ecc...))

STRUMENTI:

- Dizionario cartaceo e online;
- Visione di notiziari su varie emittenti.

VERIFICA (monitoraggio degli obiettivi):

- Produrre un breve Tg (una o due notizie) su tre diversi canali;
- valutare le parole anche nuove della lingua registrate sul dizionario (modi di dire, dialettismi, linguaggi settoriali, forestierismi, neologismi).

FEEDBACK (POSITIVI):

- Formulazione di domande per sviluppare la discussione, mettendo a confronto punti di vista, indicando punti condivisi e se gli alunni non sono ancora in grado di coglierli, avviare una sintesi.

CRITERI DI VALUTAZIONE:

Il commento orale sarà valutato secondo i seguenti **indicatori**:

- Comprensione;
- Approfondimento;
- Rielaborazione;
- Chiarezza e proprietà

Ciascuno dei quali graduato nei seguenti **livelli**:

Liv.1: per nessuna comprensione della parola, approfondimento, ecc..., il voto sarà da 1 a 3

Liv.2: per una comprensione, approfondimento, ecc..., superficiale e frammentaria della parola il voto sarà da 4 a 5

Liv.3: per una comprensione, ecc..., completa ma non approfondita il voto sarà da 6 a 7

Liv.4: per una comprensione, ecc... completa e approfondita il voto sarà 8

Liv.5: se la comprensione, ecc..., sarà completa, coordinata, ampia e profonda, il voto sarà al di sopra dell'8 e fino al 10.

Si prevede una verifica finale tipo INVALSI.

SCHEMA OPERATIVA
PUZZLE DEI LINGUAGGI GIORNALISTICI
(AMPLIAMENTO DELLA CATEGORIA DEL LESSICO)

OBIETTIVO: Comprendere il significato delle parole.

COMPETENZE: Usare nomi appropriati – usare verbi appropriati – usare aggettivi appropriati
(saper usare il registro linguistico appropriato)

ABILITA': abbina ad ogni definizione il termine corrispondente. **PUZZLE DEI LINGUAGGI GIORNALISTICI**

1..... comunicazione di un fatto di pubblico interesse, specialmente recente, diffusa attraverso i mezzi di comunicazione e di diffusione e/o oggetto di comunicazione e diffusione ritenuto di particolare importanza ai fini dell'interpretazione o del condizionamento di fatti o azioni contingenti.

2..... (termine inglese)= “produzione di notizie” come giornalismo visto non solo dal versante di chi lo fa (giornalisti) ma anche da quello del prodotto finito e finale: il dispaccio di agenzia, il giornale, il telegiornale, il giornale radio, il quotidiano on line.

3..... tipologia di contenuto mediale (esempio quello cinematografico).

4.....

“Questo fatto o questa persona fa notizia”

“Dovete creare il senso della notizia”

“Dov'è la notizia?” (gergo tecnico con riferimento al tipo di spazio da dare alla notizia)

“Fammi una notizia” (breve cronaca di esteri, di politica, di sport-che si contrappone all'articolo più sintetico o al servizio più ampio.

5..... notizie date in esclusiva.

6..... sottogenere di un racconto giornalistico (esempio cronaca).

7..... fatti accaduti da poco, altrimenti diventano storia;

- assenza di legami interni alle vicende: eventi scollegati (da rimettere insieme);

- fatti che vivono un periodo limitato, generalmente insoliti che catturano l'attenzione del pubblico.

8..... capacità di un fatto di diventare notizia.

9..... discrezionalità fra ciò che incuriosisce e non incuriosisce il lettore, fra ciò che interessa e ciò che non interessa, fra ciò che è importante e ciò che non è importante, fra ciò che è giusto e ciò che non è giusto nell'interesse collettivo.

10..... principi guida nella scelta di fatti destinati a diventare notizie, nel riconoscimento di salienza, nella capacità di farli diventare oggetto di attenzione da parte dell'opinione pubblica.

11..... singolarità, attualità, interesse umano.

12..... novità, capacità di suscitare stupore, attenzione (eccezionalità come atto di un elemento che giunge all'improvviso e che colpisce la nostra mente.

13..... aggettivo = ciò che si colloca o è naturalmente situato in contrapposizione al sentiero dell'ordinario.

- 14..... essere al centro dell'attenzione (criterio di selezione delle notizie prevalentemente cronologico).
- 15.....tendenza a far diventare notizia ciò che può essere effettivamente raccontato e perciò reso accessibile a tutti.
- 16.....modo di procedere nella selezione e nel trattamento delle notizie che fonda la sua ragione d'essere nell'esigenza di ricercare sintonie con il pubblico, con le sue aspettative, con le sue ansie e paure, le sue ambizioni e soprattutto i suoi interessi.
- 17.....sinonimo di un giornalismo come ricerca di interlocuzioni con la sfera emotiva degli esseri umani prima ancora che con quella cognitiva.
- 18..... principio che trova il suo fondamento nella tempestività e nella novità del fatto notiziabile.
- 19ostacolo che deve essere superato da un fatto prima di diventare notizia.
- 20.....ci sono notizie che seguono un lungo filo narrativo, che vengono scelte e trattate in base alla loro propensione naturale a proseguire nel tempo anche se, per questo stesso motivo rischiano di perdere lo smalto della novità.
- 21..... c'è spazio anche per le buone notizie?
- 22..... sensibilità del giornalista, ciò che lo coinvolge a livello culturale, la sua sensibilità e ciò che gli suggerisce il contesto nel quale egli opera le proprie scelte.
- 23..... operazione che non può prescindere da stati d'animo, sensazioni, capacità progettuali, esigenze di approfondimento o di svago, di informazioni o di intrattenimento.
- 24..... la certificazione dell'importanza di un fatto, di un accadimento necessita di una condivisione piena della sua consistenza, condivisione che non può essere relegata nella sfera intimista della singola persona.
- METAFORA:** (agevolazione della comprensione dei concetti, aumento dell'efficacia comunicativa):
- 25..... giornalista come selezionatore di fatti destinati a diventare notizia; addetto all'apertura o alla chiusura del cancello dell'informazione, cancello attraverso il quale decidere di far passare o meno gli accadimenti della realtà, incidendo profondamente nella costruzione delle priorità su cui far ragionare e riflettere l'opinione pubblica.
- 26..... corrispettivo dell'attività di apertura o chiusura del cancello: potere di dare o negare l'accesso a voci differenti della società, (luogo di conflitto).
- 27..... selezione di notizie: comunicazione delle notizie in senso soggettivo e basata sul set di esperienze, atteggiamenti e aspettative.
- 28..... iniziale selezionatore dei fatti notiziabili, il giornalista delle agenzie di stampa al quale è delegato il compito di acquisire le informazioni primarie e iniziali delle fonti e di scoprire le notizie stesse.
- 29..... attività del giornalista assemblatore, che deve adattare le notizie seguendo la logica di un prodotto finito da presentare al consumatore finale.
- 30.....**(modo di dire):**notizie importanti che non possono mancare all'interno di una rigorosa offerta informativa.
- 31..... elaborati, preceduti normalmente da un titolo accattivante, della lunghezza di venti – trenta righe al massimo.
- 32..... appuntamento con giornalisti organizzatori per presentare o promuovere iniziative di vario genere (es. provvedimenti legislativi, risultati di attività, chiarimenti su vicende di cui si sta concentrando l'attenzione dell'opinione pubblica).
- 33..... caso in cui gli addetti stampa forniscono tanto di quel materiale da costringere i giornalisti a non cercare altro.
- 34..... (termine inglese composto da due parole. La prima viene dal verbo to spin che significa “far girare”. La seconda sta sostanzialmente per “esperto”: quindi esperto nel far girare le notizie, ma anche nel costruirle).
- 35.....agenzia di stampa: si propongono di dare le principali notizie della giornata.

36..... “piramide rovesciata” per catturare l’attenzione del pubblico: risposta nelle prime righe, da parte del giornalista ad almeno cinque domande: Where (dove), When (quando), Who (chi), Wat (che cosa), Whi (perché). Una regola chiamata delle cinque W.

Metafora – Gatekeeping – Notizia – Genere – Identificazione – Negoziazione – Big News Values – Sensazionalismo – Soglia – News – Valori notizia – Interesse – Newsgathering – Buco – Bad news is good news? - Back ground – Importanza – Dispacci di agenzia – Comunicati – Spin Doctor – Ansa – News saturation – Attacco di un pezzo – Newsprosessing – Singolare – Frequenza – Notiziabilità – Attualità – Continuità – Singolarità – Semplificazione – Scoop – Informazione – Newsmaking – Conferenze stampa – Gatekeeper.

Valutazione

Punteggio totale: 36

Voto..... 10

33/36 ----- 30/32----- 27/28 -----24/26 -----21/23 ----- 18/20 ----- 0/17
10 9 8 7 6 5 4

PUZZLE DEI LINGUAGGI GIORNALISTICI

INGRESSO NEL MERITO DELLA STRUTTURA DEL LINGUAGGIO VERBALE DEL TELEGIORNALE (AMPLIAMENTO DELLA CATEGORIA DEL LESSICO)

NOTIZIA= comunicazione di un fatto di pubblico interesse, specialmente recente, diffusa attraverso i mezzi di comunicazione e di diffusione e/o oggetto di comunicazione e diffusione ritenuto di particolare importanza ai fini dell'interpretazione o del condizionamento di fatti o azioni contingenti.

NEWSMAKING (termine inglese)= "produzione di notizie" come giornalismo visto non solo dal versante di chi lo fa (giornalisti) ma anche da quello del prodotto finito e finale: il dispaccio di agenzia, il giornale, il telegiornale, il giornale radio, il quotidiano on line.

GENERE= tipologia di contenuto mediale (esempio quello cinematografico).

METAFORE PER SOTTOLINEARE GLI EFFETTI SOCIALI DELLA NOTIZIA

"Questo fatto o questa persona fa notizia"

"Dovete creare il senso della notizia"

"Dov'è la notizia?" (gergo tecnico con riferimento al tipo di spazio da dare alla notizia)

"Fammi una notizia" (breve cronaca di esteri, di politica, di sport-che si contrappone all'articolo più sintetico o al servizio più ampio).

SCOOP= notizie date in esclusiva.

INFORMAZIONE= sottogenere di un racconto giornalistico (esempio cronaca).

NEWS=fatti accaduti da poco, altrimenti diventano storia;

- assenza di legami interni alle vicende: eventi scollegati (da rimettere insieme);

- fatti che vivono un periodo limitato, generalmente insoliti che catturano l'attenzione del pubblico.

NOTIZIABILITA'= capacità di un fatto di diventare notizia.

NEGOZIAZIONE= discrezionalità fra ciò che incuriosisce e non incuriosisce il lettore, fra ciò che interessa e ciò che non interessa, fra ciò che è importante e ciò che non è importante, fra ciò che è giusto e ciò che non è giusto nell'interesse collettivo.

VALORI NOTIZIA= principi guida nella scelta di fatti destinati a diventare notizie, nel riconoscimento di salienza, nella capacità di farli diventare oggetto di attenzione da parte dell'opinione pubblica.

"BIG NEWS VALUS"= singolarità, attualità, interesse umano.

SINGOLARITA'= novità, capacità di suscitare stupore, attenzione (eccezionalità come atto di un elemento che giunge all'improvviso e che colpisce la nostra mente).

SINGOLARE= aggettivo = ciò che si colloca o è naturalmente situato in contrapposizione al sentiero dell'ordinario.

ATTUALITA'= essere al centro dell'attenzione (criterio di selezione delle notizie prevalentemente cronologico).

SEMPLIFICAZIONE= tendenza a far diventare notizia ciò che può essere effettivamente raccontato e perciò reso accessibile a tutti.

IDENTIFICAZIONE=modo di procedere nella selezione e nel trattamento delle notizie che fonda la sua ragione d'essere nell'esigenza di ricercare sintonie con il pubblico, con le sue aspettative, con le sue ansie e paure, le sue ambizioni e soprattutto i suoi interessi.

SENSAZIONALISMO=sinonimo di un giornalismo come ricerca di interlocuzioni con la sfera emotiva degli esseri umani prima ancora che con quella cognitiva.

FREQUENZA= principio che trova il suo fondamento nella tempestività e nella novità del fatto notiziabile.

SOGLIA= ostacolo che deve essere superato da un fatto prima di diventare notizia.

CONTINUITA'= ci sono notizie che seguono un lungo filo narrativo, che vengono scelte e trattate in base alla loro propensione naturale a proseguire nel tempo anche se, per questo stesso motivo rischiano di perdere lo smalto della novità.

BAD NEWS IS GOOD NEWS= c'è spazio anche per le buone notizie?

BACK GROUND= sensibilità del giornalista, ciò che lo coinvolge a livello culturale, la sua sensibilità e ciò che gli suggerisce il contesto nel quale egli opera le proprie scelte.

INTERESSE= operazione che non può prescindere da stati d'animo, sensazioni, capacità progettuali, esigenze di approfondimento o di svago, di informazioni o di intrattenimento.

IMPORTANZA= la certificazione dell'importanza di un fatto, di un accadimento necessita di una condivisione piena della sua consistenza, condivisione che non può essere relegata nella sfera intimista della singola persona.

METAFORA: (agevolazione della comprensione dei concetti, aumento dell'efficacia comunicativa):

GATEKEEPER= giornalista come selezionatore di fatti destinati a diventare notizia; addetto all'apertura o alla chiusura del cancello dell'informazione, cancello attraverso il quale decidere di far passare o meno gli accadimenti della realtà, incidendo profondamente nella costruzione delle priorità su cui far ragionare e riflettere l'opinione pubblica.

GATEKEEPING= corrispettivo dell'attività di apertura o chiusura del cancello: potere di dare o negare l'accesso a voci differenti della società, (luogo di conflitto).

DISPACCI DI AGENZIA= selezione di notizie: comunicazione delle notizie in senso soggettivo e basata sul set di esperienze, atteggiamenti e aspettative.

NEWSGATHERING= iniziale selezionatore dei fatti notiziabili, il giornalista delle agenzie di stampa al quale è delegato il compito di acquisire le informazioni primarie e iniziali delle fonti e di scoprire le notizie stesse.

NEWSPROGESSING= attività del giornalista assemblatore, che deve adattare le notizie seguendo la logica di un prodotto finito da presentare al consumatore finale.

“BUCO” (modo di dire): notizie importanti che non possono mancare all'interno di una rigorosa offerta informativa.

COMUNICATI= elaborati, preceduti normalmente da un titolo accattivante, della lunghezza di venti – trenta righe al massimo.

CONFERENZE STAMPA= appuntamento con giornalisti organizzatori per presentare o promuovere iniziative di vario genere (es. provvedimenti legislativi, risultati di attività, chiarimenti su vicende di cui si sta concentrando l'attenzione dell'opinione pubblica).

NEWS SATURATION= caso in cui gli addetti stampa forniscono tanto di quel materiale da costringere i giornalisti a non cercare altro.

SPIN DOCTOR= (termine inglese composto da due parole. La prima viene dal verbo to spin che significa “far girare”. La seconda sta sostanzialmente per “esperto”: quindi esperto nel far girare le notizie, ma anche nel costruirle).

ANSA= agenzia di stampa: si propongono di dare le principali notizie della giornata.

ATTACCO DI UN PEZZO (O LEAD) “piramide rovesciata” per catturare l'attenzione del pubblico: risposta nelle prime righe, da parte del giornalista ad almeno cinque domande: Where (dove), When (quando), Who (chi), Wat (che cosa), Whi (perché). Una regola chiamata delle cinque W.

SCHEDA OPERATIVA NR. 2 IL TELEGIORNALE

OBIETTIVI: ascoltare un notiziario, cogliendo, i dati relativi alle informazioni principali.

COMPETENZE: comprendere e ascoltare testi di giornalisti riconoscendone il tema, le informazioni e la loro gerarchia. Comprendere e usare in modo appropriato le parole del vocabolario di base.

ABILITA': ascolta con attenzione dalla voce del giornalista le notizie comprendendo lo schema. Prima dell'ascolto leggi, per ogni notizia, i dati che dovrai essere pronto a cogliere.

NOTIZIA NR. 1

a Chi?.....

b Che cosa? (qual è stato l'argomento dell'incontro?).....

NOTIZIA NR. 2

c Dove?.....

d Perché?.....

NOTIZIA NR. 3

e Quando?.....

f Dove?

NOTIZIA NR. 4

g Chi? (l'autore del delitto):.....

(la vittima).....

NOTIZIA NR. 5

h Chi?.....

i Che cosa?

l Dove?.....

STILI A CONFRONTO (Attività metacognitiva)

Devi trovare le parole nascoste. Come procedi ?

- Le individuo nel contesto globale
- Procedo per tentativi ed abbinamenti di lettere

Troverai anche il nome di un giornalista televisivo



ansa	informazione
attualità	interesse
background	metafora
<u>badnewsisgoodnews</u>	negoziatore
<u>bignewsvalus</u>	<u>newprocessing</u>
buco	<u>newsgathering</u>
comunicati	<u>newsmaking</u>
<u>conferenzestampa</u>	notizia
continuità	scoop
frequenza	sensazionalismo
<u>gatekeeper</u>	singolare
<u>gatekeeping</u>	singularità
genere	soglia
identificazione	<u>spindoctor</u>
importanza	

