



UNIVERSITÀ
di **VERONA**



AGENZIA DI STAMPA “UNIVERONA NEWS” – VALORI NOTIZIA

Il lavoro di redazione prevede una selezione delle notizie che viene fatta usando dei criteri valutativi convenzionali [1]; questi contribuiscono a determinare se un avvenimento può valere come “notizia”. I valori notizia che riguardano l’interesse del pubblico e individuati per l'emagazine di ateneo sono:

- **Novità**: impatto della novità sul pubblico.
- **Vicinanza di tempo e di luogo, fisica e culturale**. La notizia deve appartenere al contesto culturale dei lettori.
- **Dimensione**: quanto più è grande la dimensione e il numero di persone coinvolte, tanto più è rilevante il suo impatto.
- **Comunicabilità**: quanto più un fatto è semplice da comunicare, più avrà impatto sul pubblico.
- **Idea di progresso**: notizia che sviluppa una idea condivisa di progresso con ricadute dirette sulla società.
- **Conseguenze pratiche**: rilevanza e significatività dell'evento rispetto a sviluppi futuri.
- **Prestigio sociale**: avvenimenti con protagonisti e ambienti prestigiosi e noti.
- **Humana interest**: carica di umanità che una notizia trasmette.

[1] S. Lepri, “*Professione giornalista*”, Rcs, Milano, 2005