

LA SCRITTURA COME PROFESSIONE LA SCRITTURA GIORNALISTICA E LA SCRITTURA ONLINE DI DIVULGAZIONE SCIENTIFICA

Raymond Siebetchu

Collana del Centro di Eccellenza della Ricerca
Studi di Linguistica Educativa

serie ebook | quattro



Unistrasi
Eccellenza


Toscana Open Research
OSSERVATORIO REGIONALE
RICERCA E INNOVAZIONE



Questo ebook è pubblicato nell'ambito del progetto "Scrivere per Conoscere", realizzato in collaborazione tra il Centro di Eccellenza della Ricerca "Osservatorio Linguistico Permanente dell'Italiano diffuso fra stranieri e delle lingue immigrate in Italia" dell'Università per Stranieri di Siena e la Regione Toscana, per lo sviluppo di strumenti di autoformazione sulle tecniche di scrittura appropriate per l'ambito accademico e scientifico, anche con finalità divulgative, a beneficio di docenti, ricercatori e studenti universitari.

© Copyright 2020 Pacini Editore Srl

ISBN 978-88-6995-759-8

Realizzazione editoriale e progetto grafico


Pacini
Editore

Via A. Gherardesca
56121 Ospedaletto-Pisa
www.pacineditore.it
info@pacineditore.it

Rapporti con l'Università
Lisa Lorusso

INDICE

Guida all'uso delle parole scientifiche Leggere, capire, scrivere di scienza <i>Massimo Vedovelli</i>	pag. 5
Introduzione	» 19
Capitolo 1 - La scrittura come processo semiotico	» 23
Capitolo 2 - Nascita ed evoluzione della scrittura	» 27
Capitolo 3 - Le funzioni della scrittura e il ruolo della comprensione: una questione antica ma attuale	» 31
Capitolo 4 - La scrittura controllata	» 35
Capitolo 5 - I numeri della conoscenza in Italia	» 39
5.1 Livelli culturali e di scolarità	» 39
5.2. Gli italiani e la lettura	» 44
5.3. Gli italiani e la scrittura	» 51
Capitolo 6 - Le professioni legate alla scrittura	» 55
6.1. La nomenclatura dell'Istat	» 55
6.2. Il profilo degli scrittori	» 57
6.3. Il profilo dei giornalisti	» 58
Capitolo 7 - Il giornalismo nell'era digitale e globale	» 63
7.1. Giornalismo e immigrazione in Italia	» 67
7.2. I giornalisti di origine straniera	» 71
Capitolo 8 - La divulgazione scientifica	» 75
8.1. La divulgazione scientifica secondo un divulgatore scientifico	» 75
8.2. La linguistica al servizio della divulgazione scientifica	» 79
8.3. La divulgazione scientifica online ai tempi del Covid-19	» 82
Esercitazioni riconoscimento e confronto fra scritture di divulgazione chiara e oscura	» 88

Conclusioni	» 99
Glossario	» 103
Bibliografia	» 115

GUIDA ALL'USO DELLE PAROLE SCIENTIFICHE – LEGGERE, CAPIRE, SCRIVERE DI SCIENZA

Massimo Vedovelli (Università per Stranieri di Siena)

Non è necessario sottolineare l'importanza che il portale Toscana Open Research ha per la comunità scientifica, non solo toscana, ma più generalmente italiana: si tratta di uno strumento che non solo permette il dialogo fra gli specialisti dei vari campi del sapere, ma contribuisce alla diffusione del sapere entro una platea più vasta di pubblici. Da strumento di circolazione di idee, ricerche, progetti, il portale mette in atto anche una funzione divulgativa, permettendo lo sviluppo della conoscenza all'interno della società italiana che, notoriamente, non brilla per elevati livelli di istruzione. Il portale, da territorio di navigazione degli specialisti e perciò fonte di informazioni per l'avanzamento della ricerca scientifica, viene ad assumere in tal modo anche un ruolo civile, promuovendo la crescita complessiva della nostra società, condizionata da un ritardo nell'istruzione di base e superiore che ne rallenta le capacità competitive rispetto agli altri Paesi e che costituisce forse la causa primaria della profonda crisi sociale, culturale, civile che ha assunto ormai preoccupanti tratti di strutturalità. Il tradizionale analfabetismo, cioè il mancato possesso delle abilità alfabetiche di base, ha caratterizzato l'Italia sin dal suo nascere come Stato unitario, producendo dati sempre tristemente superiori a quelli degli altri Paesi occidentali. L'analfabetismo 'classico' ha significato l'impossibilità per milioni di cittadini e cittadine di accedere alla cultura, di acquisire conoscenze, di partecipare con responsabile consapevolezza alla vita civile.

Non è questa la sede per ripercorrere le vicende dei livelli di scolarità, di acculturazione nella società italiana, né di esaminare le azioni messe in atto a livello istituzionale e sociale per contrastare l'immenso analfabetismo delle masse dei cittadini. Se oggi i livelli di analfabetismo totale (quello che nei censimenti viene chiamato degli *analfabeti dichiarati*) sono ormai prossimi alla scomparsa, nuove forme se ne manifestano a testimoniare un filo mai definitivamente interrotto con quello tradizionale che, anzi, diventa un serbatoio sotterraneo, nascosto, che le alimenta e che rende la questione sempre viva, ancor più che negli altri Stati evoluti. Gli analfabetismi

di ritorno, quelli *funzionali*, quelli relativi alle nuove pratiche sociali (ad esempio, l'analfabetismo informatico) non sono altro, a nostro parere, che le manifestazioni contemporanee del retaggio della grande area di analfabetismo 'classico', quello delle abilità di leggere, scrivere e far di conto. Una società che non ha marciato nel suo sviluppo vedendo armoniosamente progredire tutte le sue componenti (diversificate socialmente, geograficamente, demograficamente, per genere) manifesta ancora oggi troppi squilibri, troppe sacche di non-sapere (o ignoranza, che dir si voglia). Con questa configurazione squilibrata innanzitutto nei livelli di sapere e nel possesso degli strumenti per l'accesso alla conoscenza, la nostra appare una società votata irrimediabilmente a arrancare nella competizione con gli altri Paesi.

Parlare di analfabetismo 'classico', funzionale, di ritorno, strumentale ecc. significa coinvolgere almeno due dimensioni: il sapere nelle modalità in cui si articola nei suoi vari ambiti, cioè entro le scienze, e la lingua. Il portale Toscana Open Research nasce guardando alla prima di queste due dimensioni, e ora, con la serie di strumenti che qui presentiamo, si rivolge anche alla seconda, alla dimensione linguistica.

Non c'è sapere, non c'è scienza fuori dalle forme simboliche; non si dà scienza fuori dei linguaggi, della lingua, delle lingue. Non si tratta di superare la contrapposizione fra i due mondi delle scienze esatte e di quelle 'umane' (come se le prime non fossero 'umane'); non si tratta di trovare i legami fra il 'contare' e il 'raccontare' che videro impegnati in un dialogo bellissimo il fisico Carlo Bernardini e il linguista Tullio De Mauro. La scienza è tale in quanto forma simbolica: assume le forme del proprio essere, del proprio raccontarsi mai fuori dei linguaggi che ne strutturano gli oggetti. Si tratta di linguaggi formali e formalizzati, innanzitutto, ma anche del linguaggio fatto di parole, del linguaggio che si concretizza nelle lingue storico-naturali. Che prima sia stato il latino e oggi l'inglese, e che altre lingue vogliano farsi spazio come vie del dialogo fra gli specialisti si tratta di un fatto secondario: ciò che importa è che il contenuto della conoscenza non può non assumere le forme date dai linguaggi e dalle lingue scelte in un dato momento da una data comunità di pratiche. Se ci sono altre forme di conoscenza, al di là delle forme simboliche, ad esempio la conoscenza dei mistici, si tratta di conoscenza non scientifica, non condivisibile fra gli umani.

Il superamento dell'opposizione fra il discorso scientifico, presuntamente esatto, e quello comune, intrinsecamente vago, sta nella natura dei processi simbolici: l'universo delle forme simboliche è strutturato secondo tratti che caratterizzano i vari linguaggi, asse-

gnando loro diverse potenze simboliche e rendendoli adeguati a dare forma alle varie esperienze umane. I linguaggi non sono aggiunte esteriori ai contenuti della conoscenza, ma le strutture che danno identità a tali contenuti e alle pratiche – anche scientifiche – che li producono. Non c'è e non ci può essere antitesi fra mondo della conoscenza scientifica e mondo delle parole perché ogni pratica di conoscenza è sempre all'interno di una forma simbolica, di un linguaggio: da quelli più formalizzati e formali a quello comune, ordinario.

La contrapposizione fra una presunta scienza esatta e una non-esatta non ha valore innanzitutto alla luce del ruolo che le forme simboliche – linguaggi, lingua, lingue – hanno nel costituire e far vivere una pratica di ricerca scientifica. E se oggi i linguaggi formalizzati da un lato e la lingua inglese dall'altro sembrano definire i tratti dello specifico paradigma scientifico contemporaneo, la lingua italiana non ne è esclusa, nonostante tutte le apparenze la collocherebbero ai margini, se non addirittura fuori dei confini del discorso scientifico contemporaneo.

La lingua italiana non ne è fuori innanzitutto perché è stata un modello di lingua della scienza, storicamente. Esiste una notevole bibliografia sulla storia della lingua italiana della scienza (non stiamo a richiamarla), a partire dal modello di scrittura galileiano: un modello che non è diventato predominante, certo, nell'evoluzione dei modelli di riferimento della scrittura italiana, ma che costituisce una delle sue fonti, ineludibili. Che la tradizione retorica nazionale, soprattutto scolasticamente declinata, abbia fatto prevalere un modello di scrittura diverso da quello informato dei tratti di chiarezza, asciuttezza, rigore, precisione che chiamiamo *galileiano* non è questione linguistica, ma sociale e politica: sono state le scelte delle classi dirigenti a orientare verso tale modello, che solo ora, sotto le picconate della scrittura social e della scrittura 'veloce' dell'informazione digitale, si sta progressivamente sgretolando: con un rischio, però, e cioè che ancora una volta il processo avvenga fuori di un progetto, di una visione di sviluppo linguistico e comunicativo degli individui e del corpo sociale. Senza e fuori di tale progetto le linee saranno dettate dalla forza sociale e culturale dei soggetti coinvolti e dei loro interessi, i quali sono funzioni di rapporti di forza inevitabilmente disuguali. E a perdere rischia di essere ancora una volta la precisione, il rigore, la chiarezza dei modelli di discorso.

Si pone, allora, un problema di lingua anche per chi opera nel campo delle scienze lontane dalla dimensione umanistica: nel caso italiano il problema si complica non solo in rapporto alla scelta della lingua nella quale sviluppare il discorso scientifico (per dialogare

con i colleghi stranieri, per scrivere un saggio che sia recepibile a livello internazionale), ma anche necessariamente guardando al ruolo che le scelte linguistiche hanno per lo sviluppo del sapere collettivo nazionale, per la crescita della competenza scientifica, culturale dell'intero corpo sociale. Scegliere l'inglese o l'italiano è già di per sé una scelta 'marcata'; implica una presa di posizione e ha conseguenze sui destinatari del messaggio. Si tratta, in fondo, però, di una scelta facile: se oggi la lingua inglese è quella dominante nella comunità scientifica a livello internazionale, nonostante l'eredità galileiana e la nobiltà storica della lingua italiana, difficilmente si potrà evitare di usare l'inglese per pubblicare un saggio in una rivista scientifica internazionale. Non basterà riferirsi al ruolo della traduzione, alla posizione che la traducibilità interlinguistica e fra i linguaggi ha nell'universo dei processi simbolici; né ci si potrà sollevare la coscienza guardando alla potenza (per ora comunque limitata) dei traduttori automatici, non umani: la scelta dell'inglese, nel momento storico odierno, appare inevitabile, se ci si vuole rivolgere a un destinatario internazionale, sia scrivendo un saggio, sia parlando in un congresso.

Il problema diventa più delicato nel momento in cui la scelta dell'inglese implica una selezione fra modelli linguistici – stilistici, retorici, testuali – che sono diversi da lingua a lingua, e che di fatto costringono lo scienziato a dover 'cambiare canale' non solo a livello di superficie linguistica, ma di modo di organizzare il pensiero linguistico che informa il testo scientifico. Su questo piano di cose i riflessi della scrittura scientifica in inglese sulla competenza in italiano e sulle vicende dell'italianizzazione nazionale sono importanti. L'adozione di un modello di organizzazione testuale e di organizzazione delle forme del contenuto (il piano della semantica, dei contenuti del pensiero linguistico) diverso dall'italiano influenza anche il modo di usare l'italiano dello scienziato, e in tal modo si crea un fattore che condiziona i processi generali di italianizzazione, cioè di diffusione generalizzata della lingua italiana in Italia.

L'italianizzazione linguistica è un fatto recente, anzi recentissimo: solo oggi il 95% degli italiani se vuole può parlare in italiano, accanto ai dialetti (ancora il 45% degli italiani li usa, spesso in convivenza con l'italiano), alle lingue delle minoranze 'storiche' e alle nuove lingue immigrate (gli idiomi dei più di 5 milioni di immigrati stranieri entrati in Italia dalla fine degli anni Settanta). Questa convivenza di lingue nella competenza degli italiani, questo spazio plurilinguistico cambia anche strutturalmente la forma della lingua italiana: se ancora 25 milioni di italiani usano i dialetti è perché l'italiano non ha ancora conquistato nell'uso quotidiano i tratti di 'calore', di

espressività che questi hanno. La lingua italiana oggi permette praticamente a tutti di intendersi in Italia, ma per troppi tratti è ancora sentita come fredda, burocratica, distante, se non addirittura ostile in quanto lingua del potere.

È chiaro che il modello retorico di scrittura italiana non tiene più a fronte dei cambiamenti che hanno investito la società italiana e le sue lingue, la sua identità linguistica. L'Italia è il primo paese europeo per indice di diversità linguistica (indice di Greenberg) e uno di quelli caratterizzati da alto dinamismo, cioè da forti spinte al cambiamento linguistico. Su questo assetto variabile e dinamico fanno sentire i propri effetti anche gli usi linguistici all'interno delle comunità di pratiche scientifiche, cioè fra gli scienziati quando parlano e scrivono di scienza.

La stratificazione delle competenze linguistiche della popolazione si manifesta parimenti articolata, creando un territorio dove la capacità di parlare in italiano, di usare parole italiane, seppur coinvolge la gran parte della popolazione, non garantisce pari livelli di competenza: le sacche di marginalità socioculturale e linguistica rimangono oggi ancora forti, riguardano non solo le classi di età più avanzate (quelle più legate ai dialetti), si estendono alle nuove componenti della società, in particolare agli immigrati stranieri e ai loro figli. Su quest'ultimo punto occorre rilevare ancora una volta come la mancanza di un progetto di generale sviluppo linguistico e comunicativo della società provochi conseguenze sulle sue possibilità di progresso. I giovani immigrati rischiano di perdere le competenze nelle lingue di origine, lingue che non vengono prese in carico come uno strumento potenzialmente rilevante per l'internazionalizzazione del sistema economico-produttivo: avere nella nostra società una componente intrinsecamente plurilingue consentirebbe al sistema delle imprese di espandersi meglio nei mercati internazionali, vista la storica arretratezza nazionale nel possesso delle lingue straniere.

Da tutto ciò deriva un quadro complesso, a volte contraddittorio, con notevoli sacche di disuguaglianza individuale e sociale nelle competenze linguistico-comunicative, e dunque nelle possibilità di sviluppo individuale e collettivo. L'ISTAT ci presenta anche quantitativamente un quadro non omogeneo: si veda il rapporto del 22 luglio 2020 sul rapporto fra livelli di istruzione e ritorni occupazionali (<https://www.istat.it/it/files//2020/07/Livelli-di-istruzione-e-ritorni-occupazionali.pdf>). Si tratta di un quadro che presenta vaste aree che necessiterebbero di interventi strategici di sviluppo culturale e linguistico, ancor più disomogeneo quando si va a esaminare lo stato effettivo delle competenze linguistiche, soprattutto delle giovani generazioni, ovvero di quelle che sono inserite nei processi forma-

tivi di base e superiore, e che sperabilmente dovrebbero accedere all'istruzione universitaria e inserirsi attivamente nei vari ambiti della produzione scientifica.

L'Italia ha partecipato diverse volte alle indagini comparative internazionali sullo stato delle competenze linguistiche dei giovani in età scolare (pur se è istruttivo il rifiuto di partecipare a una di qualche anno fa). Dalle indagini internazionali alle quali l'Italia ha partecipato – dalle IEA degli anni Ottanta e Novanta alle più recenti PISA – emergono delle tendenze generali: innanzitutto, la condizione migliore delle fasce giovanissime di studenti, ovvero quelli della scuola elementare, rispetto alle fasce successive; la disparità geografica; le carenze nette nelle competenze di tipo scientifico e matematico. Si tratta di linee di tendenza strutturali: le competenze che vanno comparativamente a peggiorare con il procedere delle fasce scolastiche segnalano ancora la difficoltà di programmare un percorso formativo coerente che attraversi tutte le fasce scolastiche e che si rifletta, dunque, sulla coerente articolazione e 'sgranatura' degli obiettivi di sviluppo delle competenze nella progressione dei vari livelli; la disparità geografica rimanda alla non omogenea condizione del sistema scolastico in troppe aree del Paese; infine, i limiti nell'alfabetizzazione scientifica hanno, da un lato, radici storiche lontane (lo storico orientamento retorico delle classi dirigenti) e, dall'altro, si riverberano sulla possibilità del Paese di promuovere in modo generale e omogeneo livelli di elaborazione scientifica e di applicazioni tecnologiche anche a livello del sistema produttivo. Di nuovo, le competenze delle giovani generazioni impegnate nei processi formativi sono lo specchio di un'Italia disomogenea, con punte di eccellenza e sacche di arretratezza.

È in questo tipo di quadro che vengono ad avere spiegazione i bassi livelli di consumi culturali, di acquisto dei libri, di lettura, nonché le limitate abilità di scrittura. Si può, anche giustamente, guardare a come i mezzi social abbiano oggi consentito a masse di popolazioni di impegnarsi in attività di scrittura, ma non si può non prendere atto di come i prodotti di tale scrittura troppo frequentemente siano testimoni di scarse abilità linguistiche e di fragili basi culturali. Seppure oggi si scriva (e si legga) più di prima grazie ai social, alla comunicazione mediata digitalmente, di nuovo la nostra società manifesta anche in queste attività limiti fortissimi e distanze fra gli individui e fra i gruppi sociali. La scrittura (e la lettura) nei social per molti aspetti sembra distante dai quadri di riferimento che ha negli ambiti della produzione scientifica: se ciò è vero, ai limiti nelle conoscenze scientifiche, messi in luce dalle indagini internazionali, si allineano anche quelli sulle capacità di avvicinarsi a tali

ambiti, di esservi protagonisti leggendo e scrivendo testi scientifici.

Le carenze, le contraddizioni della situazione nazionale investono le giovani generazioni, rallentano i loro percorsi formativi, ne condizionano le capacità quando si inseriscono nei percorsi formativi avanzati di livello universitario e postuniversitario, con conseguenze facilmente immaginabili in termini di impegno di risorse individuali e collettive per conquistare i livelli necessari al confronto con i paradigmi dei Paesi più avanzati. I livelli raggiunti, nella ricerca scientifica, dalle nostre giovani generazioni sono testimonianze il più delle volte di eroici sforzi, di capacità potenziali che per poter emergere hanno richiesto impegni notevolissimi, incomparabilmente maggiori di quelli dei giovani degli altri Paesi. La cosa riguarda i giovani e le loro famiglie, i contesti, cioè, da dove i giovani provengono.

Leggere i testi per prepararsi agli esami universitari, scrivere una tesina, scrivere una tesi, predisporre un progetto per partecipare a una selezione dottorale, scrivere la tesi di dottorato, scrivere un articolo, esporre oralmente la materia non solo in italiano: il più delle volte le abilità linguistico-comunicative dei giovani appaiono fortemente condizionate dai contesti precedenti a quelli universitari e postuniversitari, con il risultato che i giovani devono percorrere un doppio cammino di sviluppo delle proprie competenze: da un lato, quelle specialistiche e, dall'altro, quelle linguistiche. La stessa offerta formativa universitaria ha tematizzato la questione, rispondendovi anche con proposte formative delle competenze linguistiche, dai laboratori di scrittura ai seminari per la stesura delle tesi alle indicazioni che corsi di studio e singoli docenti propongono agli studenti su tali questioni. Infine, anche l'editoria ha predisposto materiali per la formazione delle abilità di scrittura degli studenti universitari, soprattutto in relazione alla stesura della tesi di laurea: il volume di Umberto Eco *Come si fa una tesi di laurea* (Milano, Bompiani, 1977) rimane al proposito un punto di riferimento, seguito periodicamente dall'apparire di analoghi e aggiornati strumenti.

Pensare, dunque, che si possa ampliare la platea della popolazione in grado di avvicinarsi agli ambiti scientifici e di entrarvi attivamente partecipando al loro sviluppo senza considerare le questioni linguistiche che vi sono connesse appare parziale. Così, un portale come Toscana Open Research, votato alla diffusione della cultura scientifica nella società, all'ampliamento del confronto fra gli scienziati, al coinvolgimento dei giovani studenti e ricercatori, non poteva non tematizzare la questione.

La risposta che viene qui proposta si centra sul ruolo che il linguaggio e le abilità linguistico-comunicative hanno come precon-

dizioni, come condizioni di possibilità per la gestione del discorso scientifico. La ricerca scientifica assume, come ogni pratica umana, le strutture che le danno le forme simboliche, i suoi linguaggi: il dominio dei contenuti della ricerca scientifica passa per quello delle sue forme simboliche, dei suoi modi di comunicare, di dialogare, di rendere conto di ciò che si fa.

Tutto ciò avviene nei e tramite i linguaggi, fra i quali comunque centrale è il linguaggio verbale, fatto di parole. È su tale linguaggio che si concentra la proposta che qui viene fatta. Come sono le parole, i discorsi, i testi scientifici dal punto di vista delle loro caratteristiche strutturali? Quali sono le strutture dei testi scientifici, le abitudini di scrittura, le norme della corretta procedura di esposizione delle pratiche di ricerca? Come ci si avvicina a tali pratiche, a tali ambiti di discorso? Come rendere più efficace e adeguato il percorso di conquista di tali pratiche comunicative, che troppo spesso ancora oggi i cicli scolastici basici non riescono a garantire? Quali regolarità di usi manifesta la scrittura scientifica? Come variano nei diversi canali della scrittura, dalle tesi di laurea ai social agli articoli sulle riviste scientifiche?

A tali domande cercano di dare risposte gli ebook che qui proponiamo.

La struttura del percorso ha due punti di partenza:

- ▶ **la situazione linguistica italiana e le connesse problematiche nel dominio della lingua italiana;**
- ▶ **le convenzioni, le abitudini, le strutture di comportamento comunicativo condiviso nella scrittura dalla comunità scientifica**

Queste due origini convergono verso un obiettivo: fornire strumenti per sviluppare le abilità di scrittura a diversi tipi di utenti:

- ▶ i. studenti universitari;
- ▶ ii. dottorandi di ricerca;
- ▶ iii. giovani ricercatori;
- ▶ iv. futuri professionisti della divulgazione scientifica.

e in diversi ambiti nei quali il discorso scientifico prende le forme di specifici testi scritti:

- ▶ 1) elaborati scritti nel percorso universitario: tesine, tesi di laurea e di dottorato;
- ▶ 2) stesura di articoli e saggi;
- ▶ 3) scrittura scientifica nei social media;
- ▶ 4) divulgazione scientifica, soprattutto nella stampa.

I testi che qui proponiamo costituiscono una sorta di area linguistica parallela e da integrare nei contenuti del portale Toscana Open Research, sviluppando diverse funzioni:

- ▶ promuovere le abilità individuali di scrittura;
- ▶ facilitare il riconoscimento dei diversi schemi e delle diverse tipologie di scrittura presenti nel portale, che in tal modo diventa una fonte di modelli di uso scritto.

Il formato ebook permette di scaricare i testi; questi contengono link che implementano i loro contenuti in un costante allargamento di campo: gli ebook sono opere aperte, che coinvolgono attivamente il lettore in una serie di operazioni:

- ▶ A) leggere e capire;
- ▶ B) analizzare i propri stili di scrittura;
- ▶ C) acquisire nuovi modelli di scrittura;
- ▶ D) svolgere esercitazioni anche prendendo come punto di partenza i testi del portale.

Nel complesso gli ebook che proponiamo

- ▶ allargano le conoscenze;
- ▶ sviluppano le abilità;
- ▶ promuovono la consapevolezza degli strumenti linguistici nel discorso scientifico.

Quali sono gli ebook e quali i loro contenuti?

Ebook 1 – Sergio Pizziconi, *La scrittura scientifica*

L'ebook è destinato a coloro che iniziano il percorso di ricerca scientifica e intendono sviluppare sia una maggiore consapevolezza sui meccanismi del discorso entro le comunità di pratiche scientifiche, sia più avanzate abilità di scrittura. Il confronto fra i diversi stili di scrittura soprattutto fra l'ambito anglofono e quello italiano del discorso scientifico permette di analizzare le specifiche caratteristiche testuali degli articoli e saggi, nonché di proporre modelli che orientano gli usi scritti verso il paradigma di discorso che si è diffuso oggi a livello internazionale.

Ebook 2 – Matteo La Grassa, *Scrivere nelle università. Testi e attività*

I destinatari sono gli studenti universitari e i dottorandi di ricerca che vengono accompagnati in una riflessione sulle caratteristiche soprattutto di due generi testuali:

- le tesine, cioè gli elaborati realizzati nel percorso di studio soprattutto in relazione a attività seminariali o in vista dell'esame conclusivo della materia;
- le tesi di laurea o di dottorato, cioè gli elaborati conclusivi del ciclo di studio.

Di tali generi testuali vengono esplicitate le caratteristiche, anche fornendo alcuni concetti e elementi terminologici specifici dell'analisi testuale. Sono proposti modelli di progettazione testuale e indicazioni sul modo in cui articolare i testi, nonché sui modi di realizzare le bibliografie.

Una serie di link permette lo svolgimento di attività esercitative di scrittura.

Ebook 3 – Caterina Ferrini, *La scrittura social*

La rivoluzione digitale e la rete hanno profondamente ristrutturato i canali dell'informazione, anche scientifica. Partendo dall'analisi delle caratteristiche generali dei social media e della scrittura che vi si svolge, il testo arriva a esaminare i modi in cui il discorso scientifico si svolge nei social. Se, da un lato, essi permettono la diffusione delle informazioni con una rapidità e pervasività come mai in precedenza, sono anche, dall'altro lato, luoghi dove il discorso scientifico sembra faticare a affermarsi non solo come fonte di informazioni veritiere, ma più in generale come modello di pratica razionale. L'ebook, allora, propone modelli di scrittura che, appunto in quanto scientifica, eviti i rischi insiti nella comunicazione dei social media. L'ebook si rivolge a tutti coloro che usano i social anche come fonte di informazione scientifica.

Ebook 4 – Raymond Siebetchu, *La scrittura come professione. La scrittura giornalistica e la scrittura online di divulgazione scientifica*

La scrittura scientifica non si sviluppa solo negli ambiti della formazione alla ricerca o in quelli della rendicontazione della ricerca, ma anche in quella della disseminazione dei suoi risultati: non sempre i grandi scienziati sono anche grandi divulgatori, ma quando i due profili si trovano riuniti il risultato permette alla scienza di contribuire profondamente allo sviluppo dei modi di pensare il mondo. L'ebook analizza le caratteristiche della scrittura divulgativa, mettendo in evidenza i modi e gli strumenti per il controllo scientifico delle caratteristiche linguistiche e testuali, e perciò fornendo anche gli strumenti per un maggior controllo della propria scrittura in rapporto ai tipi di pubblico cui si rivolge. L'ebook è destinato a coloro che intendono muoversi negli ambiti scientifici con l'intento di diffonderne i contenuti, cioè a coloro che vogliono diventare divulgatori scientifici dando testimonianza del modello della scienza anche nello stile della scrittura.

Gli ebook sono coordinati fra di loro: prendono in esame aspetti diversi del discorso scritto nelle pratiche scientifiche e propongono

no una rete concettuale che funge da quadro teorico di riferimento dell'analisi che viene fatta, ma anche come modello per coloro che intendono scrivere di scienza in modo controllato, adeguato, efficace.

I testi, pur nella loro indubbia chiarezza e capacità argomentativa, hanno come fonte delle proprie riflessioni le scienze del linguaggio e della comunicazione. Da qui la necessità di accompagnare il testo con una serie di riquadri o di rinvii a un glossario finale che forniscono una prima (e comunque operativa) definizione di alcuni termini appartenenti a tali ambiti di sapere.

Dai testi emerge una mappa concettuale che possiamo delineare nel modo seguente:

- ▶ la scrittura: generalità;
- ▶ la scrittura scientifica: tratti specifici e tratti condivisi con la scrittura del linguaggio comune;
- ▶ la condizione italiana: lettura, scrittura, capacità alfabetiche, ritardi nella diffusione di standard elevati di competenze linguistico-comunicative;
- ▶ tecniche di controllo della scrittura in rapporto ai destinatari;
- ▶ caratteristiche dei diversi tipi e generi di testo propri delle aree delle pratiche scientifiche;
- ▶ modelli di scrittura scientifica a confronto.

Oltre ai quattro ebook, il portale, nella sua sezione 'linguistica', propone un monitoraggio delle questioni poste dai lettori e un tutoraggio che consente un rapporto diretto fra gli utenti e gli estensori degli ebook. Anche in questo senso la proposta che gli ebook fanno è aperta: ognuno di loro attiva rinvii a altre opere e a altri portali e siti internet; la stessa fruizione degli ebook diventa un percorso non chiuso, ma costantemente implementabile nel dialogo diretto fra utente / destinatario e autori degli ebook.

In Italia sono esistite alcune luminose esperienze di scrittura divulgativa e comunque scientifica condotta sulla base di riferimenti

teorici e con metodologie tali da garantire ai testi insieme rigore e chiarezza: guardiamo come esemplari ai Libri di Base, cioè alla collana che negli anni Ottanta, per gli Editori Riuniti, Tullio De Mauro promosse e diffuse, raggiungendo un'estensione di lettori di opere scientifiche come raramente accaduto prima, e comunque mai in termini di collana editoriale.

Questi nostri ebook non possono eguagliare tali esperienze, ma si propongono come il nucleo di una serie che vede condividere una riflessione da parte degli attori della ricerca scientifica e di coloro che, pur agendo da attori in un campo di riflessione scientifica, lo fanno operando su un oggetto – la lingua – che sembra avere caratteristiche molto lontane da come funzionano i linguaggi delle scienze.

Questi ebook sono anche, pertanto, una proposta di dialogo, una ulteriore proposta di dialogo fra il 'contare' e il 'raccontare' di cui il fisico Carlo Bernardini e il linguista Tullio De Mauro sono stati protagonisti nel loro libro intitolato appunto *Contare e raccontare* (Roma-Bari, Laterza, 2003).

Il nostro auspicio è che questi ebook siano utili, servano effettivamente a chi intende navigare nel portale Toscana Open Research e a chi intende dedicarsi alla ricerca scientifica: che va rendicontata, detta, raccontata, diffusa con le parole, quelle di tutti e di tutti i giorni.

INTRODUZIONE

“Le parole sono fatte, prima che per essere dette, per essere capite: proprio per questo, diceva un filosofo, gli dei ci hanno dato una lingua e due orecchie. Chi non si fa capire viola la libertà di parola dei suoi ascoltatori. È un maleducato, se parla in privato e da privato. È qualcosa di peggio se è un giornalista, un insegnante, un dipendente pubblico, un eletto dal popolo. Chi è al servizio di un pubblico ha il dovere costituzionale di farsi capire”. Con queste parole, De Mauro, introducendo il mensile di facile lettura “dueparole”, dà conto della necessità di muoversi verso una piena democrazia linguistica e scrittoria offrendo la possibilità a tutti i cittadini (giovani e anziani, italiani e stranieri, intellettuali e non intellettuali) di leggere e capire i testi che vengono loro sottoposti. Se la sfida di “dueparole” era quella di scrivere dei testi informativi leggibili e comprensibili, utilizzando in modo consapevole e sistematico criteri di scrittura controllata, significa che la questione della scrittura e della sua comprensione non era appannaggio di tutti gli italiani. In realtà, questa questione della lingua italiana immersa nei labirinti dell’oscurità espositiva era già stata segnalata da Italo Calvino. In realtà, secondo Calvino (1965), quella italiana è un’ “antilingua”, nel momento in cui “Ogni giorno, soprattutto da cent’anni a questa parte, per un processo ormai automatico, centinaia di migliaia di nostri concittadini traducono mentalmente con la velocità di macchine elettroniche la lingua italiana in un’antilingua inesistente. Avvocati e funzionari, gabinetti ministeriali e consigli d’amministrazione, reda-

Dueparole

Dueparole è stato un giornale online d’informazione di facile lettura diretto da Tullio De Mauro e M. Emanuela Piemontese. Il giornale si rivolgeva alle persone che avevano bisogno di testi informativi molto leggibili, comprensibili e comunque precisi e non banalizzati. I testi erano pertanto scritti utilizzando in modo consapevole e sistematico criteri di scrittura controllata, tra cui brevità, semplicità e scelta di parole comuni.

zioni di giornali e di telegiornali scrivono, parlano pensano nell'antilingua". Siccome sia Calvino, sia De Mauro, chiamano in causa i giornalisti considerandoli, indirettamente, come vittime o responsabili di questo "terrore semantico", cioè "la fuga di fronte a ogni vocabolo che abbia di per se stesso un significato", in questo ebook intendiamo esplorare la nuova grammatica e le nuove frontiere della scrittura giornalistica come professione e le sue ricadute sulla popolazione, soprattutto quando ha a che fare con informazioni di ambito scientifico. Il caso dell'informazione relativa alla pandemia da Covid-19 è stato esemplare perché ha messo in evidenza tutti i pregi e tutti i limiti dell'informazione giornalistica italiana quando si trova a dover comunicare contenuti scientifici.

Il nostro obiettivo e auspicio è che, attraverso il tema trattato in questa sede, studenti, giovani e futuri professionisti della scrittura si possano avvicinare alla scrittura (per scrivere ma anche per leggere) con maggior attenzione al profilo sociolinguistico dei lettori e con maggior conoscenza e consapevolezza rispetto alle abilità linguistiche e di scrittura appropriate all'ambito giornalistico e divulgativo.

L'ebook si articola intorno a otto nuclei tematici apparentemente distanti dal punto di vista dei contenuti, ma in realtà interconnessi e legati all'obiettivo teorico-applicativo su cui si basa questo lavoro.

Nel primo nucleo proponiamo una brevissima ma doverosa analisi inerente la scrittura come processo semiotico. Nel secondo nucleo si pone l'attenzione sulla nascita della scrittura. Riferimento, questo ultimo, che consentirà da una parte di osservare i vari cambiamenti avvenuti nell'ambito della scrittura e dall'altra di lanciare uno sguardo verso il futuro. Nel terzo nucleo, illustreremo le funzioni della scrittura per sottolineare la necessità di attribuirle un carattere democratico, cioè che dovrebbe essere uno strumento alla portata di tutti, non solo dei professionisti del linguaggio. In realtà, ogni cittadino ha diritto, attraverso le varie modalità espressive esistenti, di dare forma scritta al proprio pensiero. Nel quarto nucleo analizzeremo il ruolo della comprensione anche nell'ottica della scrittura controllata. Per renderci conto del bisogno linguistico-letterario degli italiani, o meglio dei cittadini residenti in Italia, nel quinto nucleo ci concentreremo sui numeri della conoscenza in Italia con un'attenzione particolare alle abitudini e alle capacità connesse alla letto-scrittura. In questa parte verranno ricordati e commentati, anche in riferimento al passato, alcuni dati recenti dell'ISTAT e dell'OCSE.

Il sesto nucleo, concentrato sulla scrittura come professione, propone una mappatura delle professioni legate alla scrittura partendo, anche in questo caso, dai dati ISTAT. Focalizzeremo succes-

sivamente l'attenzione sull'adattamento del mercato dell'industria editoriale rispetto alle nuove esigenze della comunicazione globale e quindi ai profili dei nuovi destinatari dei testi scritti. Gli ultimi due nuclei tematici si soffermano rispettivamente sul giornalismo e sulla divulgazione scientifica. Nel primo caso un'attenzione sarà posta sul nesso tra giornalismo e immigrazione in Italia, mentre nel secondo caso focalizzeremo l'attenzione anche sull'attualità recente analizzando come l'attuale mondo della comunicazione globale si è rivolto al grande pubblico per far conoscere la posizione della scienza rispetto ad un tema specifico come quello del Coronavirus. Ogni tema trattato nell'ebook è corredato di alcuni esempi in modo da agevolare la comprensione. Per rendere il testo maggiormente fruibile, alcune esercitazioni sono proposte alla fine del volume. A queste esercitazioni si aggiunge un glossario tematico che raccoglie alcune voci usate in ambito giornalistico e divulgativo.

Grazie allo spazio virtuale offerto dal portale *Open Research* della Regione Toscana, l'intento del presente ebook è quello di consegnare alla nostra generazione digitale una bussola concettuale e applicativa per poter muoversi ed orientarsi in un mercato del lavoro arricchito da nuove e sempre più specialistiche professioni che tendono ad oscurare o a fare sembrare meno attuali quelle tradizionali. Per questo motivo, il volume prenderà spunti da considerazioni teoriche relative al linguaggio giornalistico nonché dalla posizione dei giornalisti in relazione ad alcuni aspetti in modo da consentire ai lettori di avere una visione ampia rispetto alle peculiarità e sfide della professione del giornalismo. L'ebook si prefigge pertanto di proporre strumenti capaci di creare le condizioni affinché la scrittura giornalistica e divulgativa, come altre scritture, possa essere uno sussidio pratico, formativo e informativo per capire e farsi capire nell'attuale società globale e digitale.

CAPITOLO 1. LA SCRITTURA COME PROCESSO SEMIOTICO

Un brevissimo riferimento semiotico al concetto di scrittura consente di cogliere il suo valore simbolico, la sua caratteristica intrinseca negli esseri umani e la sua grandissima portata sociale. Riflettendo sulla semiotica della scrittura, Caputo (2016), illustra il nesso tra verbalità orale e verbalità scritta.

Il parlare non è altro che la capacità semiotica (o metaoperativa, o sintattica) canalizzata nella sostanza semiotica verbale nel corso dell'ominazione, ma tale capacità può avere altre canalizzazioni in altre sostanze: grafiche, iconiche, cinesiche, ecc. Verbalità orale e verbalità scritta sono sostanze espressive della sintattica, della capacità di articolare, tracciare, incidere, segnare, comprendere il mondo, in breve, della scrittura che assume in tal modo un significato ben più complesso, quello di pratica umana che organizza i propri vissuti e la realtà circostante, conferendo loro un senso e costruendo un mondo, e con gli stessi mezzi e gli stessi elementi costruisce nuovi sensi e nuovi mondi. Sono "scrittura" le percezioni, le abitudini di pensiero o le ingenue visioni del mondo, le espressioni più spontanee (reazioni, gesti, grida) del pensiero in azione di cui i concetti, l'espressione orale e scritta sono protesi che sporgono fuori dal corpo e sulle quali si basano la scienza del linguaggio e il pensiero riflesso (Caputo, 2016, p. 27).

Da queste considerazioni emerge chiaramente che la scrittura che percepiamo, vediamo e leggiamo nella sua forma grafica è soltanto la forma visibile e la punta dell'iceberg di molte altre scritture invisibili che non possiamo o non vogliamo condividere con l'esterno e che comunque contribuiscono a costruire la nostra identità. Questo riferimento semiotico è, a nostro avviso, molto importante perché nonostante l'ebook abbia l'obiettivo di focalizzare l'attenzione sulla scrittura come professione, consente di capire almeno due aspetti della scrittura:

- a) la scrittura è appannaggio di tutti, anche di chi non fa di essa un mestiere;
- b) la scrittura sotto forma grafica è solo una parte molto limitata delle forme infinite di scrittura che sviluppiamo, ma "nascondiamo" nel nostro essere. Lo Piparo (2003, p. 97) osserva in questo senso che "la scrittura di conseguenza non è una tecnica che si aggiunge dall'esterno al linguaggio, è piuttosto la carat-

teristica interna e costitutiva del linguaggio”. Lo stesso autore ricorda che: “la scrittura alfabetica non esaurisce le caratteristiche specifiche dell’articolazione fono-semantica del linguaggio” (Lo Piparo, 2003, p. 101).

Questo principio semiotico dovette però fare i conti con le ideologie che hanno condizionato determinati periodi storici. Ad esempio, secondo De Mauro (2018, p. 101), nell’Europa del tardo Medioevo e del Rinascimento, quando prende piede il paradigma della doppia corrispondenza biunivoca tra Stati, lingue e nazioni, per una composita serie di motivi, culturali, religiosi, giuridici, gli Stati tendono ad assumere come proprio ideale regolativo il monolinguisimo. E proprio questo “addestramento monolinguisico” privilegia la scrittura rispetto all’oralità, la produzione a scapito della ricezione/comprendimento, l’espressività verbale a spese di ogni forma di espressione, uno stile unico rispetto alla pluralità di stili propria d’ogni società, uno stile “alto” rispetto a possibili stili meno remoti dalla quotidianità, e tutto ciò nell’ambito d’un solo degli idiomi che si trovino compresi entro una comunità. Un idioma legato alla cultura, alla religione, alla nazione, alla casta o alla classe dominante (Ibid., p. 74). Secondo Calvet (1999, p. 128), l’influenza ideologica delle cosiddette lingue dominanti si fonda anche sul fatto di essere dotate di un sistema di scrittura. “*L’idéologie courante dispose d’ailleurs ici d’un autre argument: ces langues sont des sous-langues parce qu’elles ne sont pas écrites. L’assertion fait aujourd’hui sourire n’importe quel linguiste, mais elle est si profondément ancrée dans le sens commun qu’il nous faut prendre le temps de la réfuter*”. Se quindi le lingue non dotate di un sistema di scrittura erano (e continuano ad essere) delle “sotto-lingue”, Calvet (1999, p. 69) precisa che la coesistenza tra scrittura e oralità contribuisce alla definizione di alcune forme di plurilinguismo. Egli ricorda inoltre che esistono delle “*civilisations de l’oralité*” e delle “*civilisations de l’écriture*” (Ibid., pp. 59-60) che si distinguono dal modo in cui conservano la memoria dell’esperienza e del sapere umano. Questa ultima osservazione ci rimanda a quanto sostenuto da Lo Piparo (2003) e Caputo (2016), ovvero che oralità e ‘non scrittura’, sono forme di scrittura. Per sottolineare il valore della cultura orale, Amadou Hampâté Bâ, scrittore, filosofo e antropologo maliano, diceva a giusto titolo che “in Africa ogni vecchio che muore, è una biblioteca che brucia” (cit. in Morabito, 1992, p. 434). Calvet aggiunge che tutte le lingue, anche quelle che oggi consideriamo ‘moderne’, sono state prive di scrittura per un certo periodo. Lo sviluppo linguistico è pertanto un processo che spetta a tutte le lingue; e la sua assenza,

spesso voluta da alcune politiche linguistiche coloniali, non toglie niente alla capacità semiotica, creativa e dinamica di cui ogni lingua è portatrice.

On sait tout d'abord que l'écriture n'est jamais qu'une étape historique de l'évolution d'une communauté linguistique: toutes les langues ont été non-écrites, pendant un laps de temps variable. Et cette absence d'écriture n'est bien entendu pas liée à une absence de civilisation, comme on se plaît généralement à le prétendre (Calvet, 1999, p. 128).

In realtà, se è vero che la scrittura è fondamentale per lo sviluppo cerebrale, cognitivo e linguistico dei bambini (De Mauro, 2016), è altrettanto vero che prima dell'invenzione della scrittura, le persone hanno sempre comunicato usando altre forme di linguaggio. E se per scrittura, sulla base dell'ideologia illustrata in precedenza, si tende a pensare a quella riconducibile alle lingue occidentali, De Mauro (2016, p. 99) segnala che “la democratica scrittura alfabetica che le lingue occidentali hanno ereditato dai fenici, attraverso greci e romani, è molto più semplice” rispetto al lungo e complicato esercizio a cui sono impegnati, ad esempio, i locutori di cinese di buona cultura che devono conoscere, sapere distinguere ed eseguire almeno cinquemila ideogrammi. Non si può quindi parlare di **civiltà della scrittura** e **civiltà dell'oralità**, a cui si aggiunge anche la **civiltà digitale**, come se fossero dei compartimenti stagni. È invece opportuno considerare che nonostante il cambiamento delle varie ere e dei vari supporti della scrittura nel corso del tempo, l'obiettivo dello scrivere si è sempre fondato su un denominatore comune: trasmettere un messaggio agli altri lasciando un segno. E come ci insegnano i fautori della cosiddetta “datazione alta” relativa all'origine del linguaggio, anche i nostri più remoti antenati (non solo l'*Homo Sapiens Sapiens*), come dimostrano i vari ritrovamenti, erano dotati della capacità del linguaggio.

CAPITOLO 2. NASCITA ED EVOLUZIONE DELLA SCRITTURA

Se la scrittura digitale costituisce, almeno per ora, la più innovativa modalità di espressione del pensiero tramite la produzione scritta nella cornice dei più disparati supporti materiali più o meno noti, non sarebbe controproducente ricordare da dove siamo partiti, o meglio chi sono gli “antenati” della scrittura digitale. Prima di arrivare all’era del digitale, in base a determinati luoghi e periodi storici, sono stati utilizzati altri supporti per la scrittura: *pietra, metalli, terracotta, legno, papiro, pergamena e carta*. La trasmissione del sapere, attraverso la scrittura, si diffonde pertanto grazie al forte legame con la natura e l’ambiente. Dimostrazione, questa, del carattere democratico della scrittura che nasce per essere a disposizione di tutti, visto che anche l’ambiente è il patrimonio di tutti. Gli studiosi sono concordi nel sottolineare che la scrittura vera e propria sia stata inventata circa 6000 anni fa. In una ricostruzione sintetica del processo evolutivo tra oralità e scrittura odierna, Palermo (2017) osserva quanto segue:

L’umanità ha vissuto per decine di migliaia di anni immersa in una condizione di *oralità esclusiva* (si parla al riguardo di *oralità primaria*). Successivamente (circa 5-6000 anni fa) alcune civiltà hanno iniziato a usare sistemi di scrittura, vale a dire segni grafici impressi su supporti diversi e in vario modo rapportabili al contenuto fonico e concettuale della parola detta. L’invenzione della scrittura ha fatto entrare le civiltà che la usavano nella dimensione dell’*oralità secondaria*, cioè influenzata da modalità di trasmissione del pensiero e delle informazioni modellate sulle caratteristiche del testo scritto, la cui fruizione ha interessato nei diversi periodi fette più o meno ampie di popolazione. Dentro questa fase si è soliti distinguere, come abbiamo visto, tra un *periodo chirografico* (cioè della scrittura a mano, indipendentemente dal supporto utilizzato) e un *periodo tipografico* (conseguente all’introduzione della stampa) (Palermo, 2017, p. 20).

Se quindi la *rivoluzione tipografica*, preceduta da altre rivoluzioni della scrittura, ha alle spalle poco più di cinque secoli di storia, Palermo (2017) deduce che la *rivoluzione digitale* è l’ennesima (e, aggiungiamo, probabilmente non l’ultima) tra quelle che hanno interessato (e interesseranno in futuro) il nostro modo di comunicare. Ancora Palermo (2017) fa notare che:

la transizione che stiamo vivendo è di tale portata da far ipotizzare un passaggio dall'*homo typographicus* – la cui identità si è definita nei secoli della modernità – all'*homo digitalis*, che naviga nelle acque della società globale dell'informazione [...] Gli studiosi sono rimasti un po' spiazzati dalla velocità delle trasformazioni nelle tecnologie della comunicazione: mentre si era ancora concentrati a delineare le caratteristiche dell'*homo videns* – plasmato a misura della fruizione catodica delle immagini – ha fatto irruzione proprio grazie all'utilizzo in mobilità dei contenuti digitali, un nuovo tipo di *homo scribens*, plasmato a misura di *social media*: mai come oggi si è registrata una così massiccia diffusione della scrittura per la comunicazione quotidiana (Palermo, 2017, pp. 13-20)

Bonucci (1999) osserva che dopo la trasformazione dell'*Homo sapiens* in *legens* e poi in *Homo videns* riferito alla realtà televisiva, si può fare riferimento a un nuovo concetto: *Homo informativus*. “Forse bisognerà riunire tutte queste facoltà, rispolverare per la comunicazione giornalistica il latino classico e parlare di *homo certior factus*, reso cioè certo e sicuro delle informazioni che sceglie e che assorbe, quali che siano le forme con cui esse si presentano” (Bonucci, 1999, p. 296). Antonelli (2016, pp. 201-203), sulla scia di Simone (2001), nell'analizzare le tappe evolutive della scrittura, parla di “cambio di paradigma”, in cui s'immaginava una storia della scrittura divisa in tre fasi successive:

I supporti della scrittura

- Pietra: 35 mila a.C
- Argilla: 4000 a.C
- Papiro: 3000 a.C
- Pergamena: 197-159 a.C
- Carta: 1800
- Macchina da scrivere: fine '800
- Computer (PC): anni 1980
- Internet (per i non specialisti): metà anni 1990
- Smartphone/Tablet: 1990- 2000

- 1) il **paradigma platonico**;
- 2) il **paradigma digitale**;
- 3) il **paradigma multimediale**.

Il primo paradigma si riferisce alla concezione tradizionale della scrittura descritta da Platone nel IV secolo a.C. Nell'ambito di questo paradigma, il testo scritto ha sempre mantenuto quattro proprietà fondamentali: la sua *dimensione pubblica* (testo rivolto a qualsiasi destinatario a prescindere dal tempo e dallo spazio), il suo *carattere duraturo* (*verba volant, scripta manent*: 'le cose dette volano via, quelle scritte rimangono), la *dimensione tipizzata* (testo codificato e legato ad uno specifico genere di scrittura), la

sua *valenza autoriale* (consente quasi sempre di risalire a un preciso e identificabile autore).

Con il **paradigma digitale**, che inaugura, alla fine del Novecento, l'era del computer, il testo acquisisce nuove caratteristiche: si nota una tendenza alla riduzione della distanza che tradizionalmente separava lingua scritta e lingua parlata; il testo risulta *instabile* (la scrittura prende il sopravvento sul prodotto finale perché in ogni momento il testo può essere riaperto e modificato); il testo è *immateriale* (si vede su uno schermo, ma le scritte che vediamo non sono altro che dei pixel elettronici); il testo è impersonale (l'infinita modificabilità del testo da parte di più persone tende a far scomparire l'autore).

Il terzo e ultimo paradigma – quello **multimediale** – suggerisce nuove proprietà testuali: una di queste è la *dimensione destrutturata* della scrittura, divisa in brevi blocchi per garantire una lettura veloce e secondo le caratteristiche della videoscrittura. I testi che troviamo in questo paradigma sono anche *integrati* nel senso che sono mescolati con altre forme di comunicazione alle quali rimandano e con le quali interagiscono (immagini, video, suoni, collegamenti ipertestuali ecc.). Anche se secondo Simone (2001) quella che viviamo dovrebbe essere l'era del multimediale, che ha appunto superato quella del digitale, per comodità e coerenza con altre considerazioni fatte in questo lavoro continueremo ad associare le dinamiche comunicative attuali al mondo digitale.

Se escludiamo gli spazi dedicati alla scrittura nelle nostre scuole e università (cfr. ebook *Scrivere nelle università*), e che vengono ancora effettuate mediante l'utilizzo della carta e della penna, notiamo che la scrittura digitale ha praticamente invaso le nostre abitudini quotidiane (messaggini whatsapp, post su twitter, email di lavoro ecc.). Siamo passati, in effetti, dall'abitudine impugnatrice della penna al sempre più frequente trascinarsi delle dita sullo schermo dei vari dispositivi elettronici (tablet, smartphone ecc.), anche da parte dei piccolissimi in età prescolare, per compiere determinate operazioni (cambiare pagina o testo, ingrandire o rimpicciolire il testo ecc.). A questo proposito, se alcuni, come fa notare Palermo (2017), prefigurano lo sviluppo di un **cervello digitale** diverso da quello delle generazioni precedenti (ipotesi poco attendibile o comunque tutta da verificare sul piano bio-evolutivo), altri fanno riferimento allo sviluppo dell'**intelligenza digitale**, che darebbe la possibilità ai nativi digitali di essere più pronti e reattivi nei compiti stabiliti dall'interazione con le macchine.

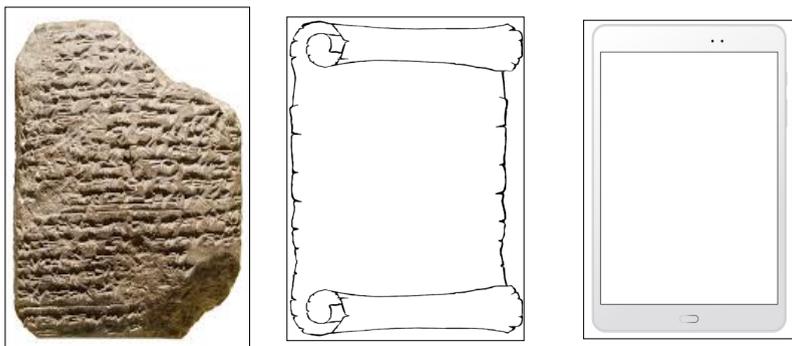


Figura 1. Esempi di supporti della scrittura

CAPITOLO 3.

LE FUNZIONI DELLA SCRITTURA E IL RUOLO DELLA COMPRESIONE: UNA QUESTIONE ANTICA MA ATTUALE

Nella sua *Lettera a una professoressa*, Lorenzo Milani diceva che:

L'arte dello scrivere si insegna come ogni altr'arte. Ma a questo punto abbiamo leticato tra di noi. Una parte voleva raccontare come facciamo a scrivere. Un'altra parte diceva: «L'arte è una cosa seria, ma fatta d'una tecnica piccina. Rideranno di noi». I poveri non rideranno. I ricchi ridano pure e noi ridiamo di loro che non sanno scrivere né un libro né un giornale al livello dei poveri. In conclusione si è deciso di raccontare tutto a uso di quei lettori che ci vorranno bene (Milani, 1969, p. 112).

Questa riflessione di Don Milani restituisce un principio sano ed etico: “scrivere un libro e un giornale al livello dei poveri, che per questo vorranno bene allo scrittore”. Per Gualdo (2007, p. 79) “molti giornalisti dimenticano questo sano principio, esagerando nella ricerca di una prosa artistica o trascurando gli elementi basilari della tecnica di scrittura”. Facendo riferimento al 2007, lo stesso autore ricorda che nel primo caso, per gran parte della popolazione, “l'insieme di *lessico attivo* e di *lessico passivo*, cioè le parole che si sanno usare e quelle che si capiscono non supera le 10.000 unità”. Nel secondo caso, prosegue Gualdo (*Ibid.*), “si rinuncia, per fretta o per trascuratezza, a offrire al lettore non solo un servizio informativo ma anche un'occasione di contatto con la scrittura usata in modo corretto e consapevole” (*Ibid.*).

Se quindi la scrittura è un'arte, essa ha necessariamente delle funzioni che si associano a delle responsabilità sociali molto forti. Una delle funzioni primarie della scrittura è quella di raggiungere i destinatari. Questa funzione, che riteniamo primaria, non è sempre stata la preoccupazione degli studiosi. Ricordiamo, ad esempio, come noto, che lo schema della comunicazione di Shannon e Weaver considera la comprensione rovescio speculare della produzione o, in altre parole, come un processo lineare. Contro questa visione, De Mauro (1994, p. 3) precisa che “la ricezione delle altrui parole, assai più che non la produzione, è la più primordiale delle attivi-

tà che l'intelligenza di una creatura umana impara a svolgere per sopravvivere nel mondo". In altre parole, senza comprensione non c'è produzione. Piemontese (1996) aggiunge che "chi parla e scrive per comunicare e farsi capire (come insegnante o formatore, autore di libri di testo o editore, giornalista, politico e sindacalista, ecc.) non può non porsi *dalla parte del ricevente*. Non a caso nei corsi di formazione alle tecniche di comunicazione e scrittura la fase più impegnativa per i formatori è quella iniziale in cui si cerca di mettere in crisi l'idea inconsapevole, ma largamente diffusa, della ricezione e della comprensione dei testi come atto dovuto, quasi ovvio e naturale" (Piemontese, 1996, p. 7).

La questione della comprensione dei testi è stata fortunatamente oggetto di riflessione sin dall'antichità. Ricordiamo, ad esempio, alcuni versi di San Paolo nella sua Prima Lettera ai Corinzi.

Così anche voi, se non pronunciate parole chiare con la lingua, come si potrà comprendere ciò che andate dicendo? Parlereste al vento! 10Chissà quante varietà di lingue vi sono nel mondo e nulla è senza un proprio linguaggio. Ma se non ne conosco il senso, per colui che mi parla sono uno straniero, e chi mi parla è uno straniero per me. [...] 18Grazie a Dio, io parlo con il dono delle lingue più di tutti voi; 19ma in assemblea preferisco dire cinque parole con la mia intelligenza per istruire anche gli altri, piuttosto che diecimila parole con il dono delle lingue (Prima Lettera di San Paolo ai Corinzi 14: 9-18)

Questo riferimento di San Paolo è la dimostrazione che, nonostante la sua posizione, che possiamo ritenere 'superiore' rispetto a quella dei suoi destinatari, egli si pone comunque il problema della scelta delle parole e della necessità di farsi capire da tutti e specialmente da chi non ha il dono delle lingue (glossolalia) come lui. A dare ulteriormente valore alla comprensione è l'affermazione dello stoico Zenone di Cizio che diceva che "gli dei ci hanno dato due orecchie e una sola lingua", probabilmente per farci capire che la comprensione è più importante della produzione. Ma è doveroso ricordare che la comprensione è stata trascurata per molto tempo anche perché risulta molto più complessa della produzione. Non a caso Galileo Galilei sosteneva che "parlare oscuramente lo sa fare ognuno, ma chiaro pochissimi". Locke (1689 [trad.it 1972], cit. in Piemontese 1996, p. 130) la mette sul piano dei diritti linguistici quando osserva che "Il primo e più visibile abuso è quello di usare parole che non hanno dietro a sé idee chiare e distinte; o peggio, che sono senza alcuno significato [...] Un altro abuso del linguaggio è l'affettazione dell'oscurità" (Locke, 1972, pp. 123 e ss., cit. in Piemontese, 1996, p. 130). Se si parla di chiarezza nella scrittura è difficile non fare riferimento a Primo

Levi (1985). Secondo lo scrittore torinese:

Chi non sa comunicare, o comunica male, in un codice che è solo suo o di pochi, è infelice, e spande infelicità intorno a sé. Se comunica male deliberatamente, è un malvagio, o almeno una persona scortese, perché obbliga i suoi fruitori alla fatica, all'angoscia o alla noia. Beninteso, perché il messaggio sia valido, essere chiari è condizione necessaria ma non sufficiente: si può essere chiari e noiosi, chiari e inutili, chiari e bugiardi, chiari e volgari, ma questi sono altri discorsi. Se non si è chiari non c'è messaggio affatto. Il mugolio animale è accettabile da parte degli animali, dei moribondi, dei folli e dei disperati: l'uomo sano e intero che lo adotta è un ipocrita o uno sprovveduto, e si condanna a non avere lettori (Levi, 1985, pp. 54-55)

Le considerazioni di Locke e Levi inducono a considerare che chi scrive ha una responsabilità molto importante, non solo per le informazioni che il testo fornisce, ma soprattutto per quelle che non riesce a dare. In virtù di ciò, da artista e professionista, lo scrittore diventa maleducato, violentatore, malvagio, bugiardo, ipocrita, e chi più ne ha più ne metta. Siccome non sono esattamente queste le qualità dello scrittore, si denota che la scrittura ha smesso da molto tempo di rappresentare la semplice fissazione di un segno grafico in un supporto esterno (carta, video ecc), in quanto ad ogni parola scritta o pronunciata si associano degli effetti positivi o negativi sulla vita delle persone. La scrittura è quindi a tutti gli effetti un fenomeno sociale. È proprio per questo motivo che il giornalista non può più soltanto scrivere per professione (nel senso di pensare solo al suo editore). Visto che in questo lavoro focalizziamo l'attenzione sul giornalismo e sulla divulgazione scientifica, è necessario analizzare la questione della chiarezza e dell'oscurità testuale dal punto di vista giornalistico e divulgativo. Affrontiamo la questione facendo riferimento sia ai giornalisti che agli studiosi del linguaggio giornalistico. Secondo Sergio Lepri, già direttore dell'ANSA – Agenzia Nazionale Stampa Associata – il giornalista non deve mai dimenticarsi due cose, e cioè che il fruitore istituzionale del suo lavoro è il lettore e che quindi, il suo primo dovere è quello di “farsi capire, di esprimersi in maniera chiara e semplice” (cit. in Medici, Proietti 1992, p. 30). Rispetto alle cause dell'oscurità del linguaggio giornalistico, Lepri sostiene che sono numerose. Ne ricorda solo alcune:

In primo luogo l'ignoranza o la dimenticanza, da parte di molti giornalisti, che il lettore è il naturale destinatario del loro lavoro; poi la tendenza, sempre da parte del giornalista, a considerare la sua professione come un'attività aristocratica, che nasce e si conclude in ambienti altamente qualificati; poi, spesso, l'incompetenza o la mancata padronanza – ancora da parte del giornalista – degli elementi tecnico-culturali e lessicali di base, necessari per

affrontare soprattutto settori specialistici dell'informazione giudiziaria, economia e finanza, scienza e medicina, ecc; a volte anche la scarsa ricognizione dei precedenti e del contesto (cit. in Baldini, 2004, p. 131).

Queste riflessioni di Lepri ci insegnano che il diritto all'informazione non si limita semplicemente all'acquisto (quando possibile) o alla lettura (quando c'è voglia) di un giornale o comunque al bisogno di informarsi attraverso altri canali. Il vero diritto all'informazione democratica è il diritto alla comprensione dell'informazione da parte del lettore, diritto che va di pari passo con il dovere del giornalista di scrivere per farsi capire da tutti, cioè anche dai meno istruiti. Per raggiungere questo obiettivo, Maurizio Dardano osserva che la semplice, ma forse utopistica, ricetta per essere un bravo giornalista è la seguente: "spiegare il non noto, usare meno retorica, scrivere con più semplicità e chiarezza". È dello stesso avviso Baldini (2004, p. 19) secondo cui la chiarezza è una virtù che pochi, tra coloro che si muovono al centro della piattaforma linguistica, coltivano. Secondo le riflessioni di questo autore il problema della chiarezza non è legato soltanto alla competenza e alla capacità di scrivere chiaro ma anche a una scelta precisa: "l'impermeabilità lessicale". Di fronte ad atteggiamenti di questo tipo, "non c'è da meravigliarsi se la gente sempre più spesso dice di non capire: non capisce gli scienziati, non capisce i poeti d'oggi, non capisce i musicisti d'oggi, non capisce i pittori d'oggi, non capisce perfino i giornalisti e, men che meno, capisce i politici" (Baldini, 2004, pp-19-20). De Mauro aggiunge che "Chi scrive per settimanali e quotidiani di qualche prestigio e diffusione deve aver chiaro che una scelta sbagliata di parole può impedire la comprensione di argomenti che potrebbero essere interessanti per tutti i lettori. Chi trascura ciò, fa male il suo mestiere. Tanto vale che scriva in latino, anzi in indoeuropeo comune. E scriva non in scrittura alfabetica, ma in geroglifici" (De Mauro, 1980, p. 139). Facendo riferimento al contesto attuale, Carrada (2008) osserva che scrivere in maniera chiara ed efficace non basta più. Il lavoro dello scrittore professionale si complica, ma diventa molto più divertente. Da una parte l'esigenza di farsi capire, dall'altra quella – altrettanto necessaria – di incuriosire ed emozionare.

CAPITOLO 4. LA SCRITTURA CONTROLLATA

Il tema della **scrittura controllata** è stato studiato in Italia in modo sistematico da Tullio De Mauro e dalla sua scuola, e in particolare da Maria Emanuela Piemontese. In questo paragrafo faremo principalmente riferimento a questa studiosa, rinviando i lettori ai suoi studi per ulteriori approfondimenti. Secondo questa autrice, uno degli obiettivi dei testi di difficoltà controllata è il contenimento del numero di riferimenti extralinguistici o, meglio, la loro esplicitazione quando la loro assenza mette a rischio la comprensibilità complessiva dei testi (Piemontese, 1996, p. 109). La stessa autrice aggiunge che, perché i testi risultino di altissima leggibilità a persone che per varie ragioni, abbiano il massimo bisogno di facilitazione da parte del testo, le frasi non dovrebbero superare le 20-25 parole. Nell'ottica di proporre alcuni strumenti per la costruzione di un testo accessibile a tutti, Piemontese (1996) fa riferimento al Vocabolario di Base (VdB) e agli indici di leggibilità di *Flesch* e *Gulpease*. Questi strumenti possono essere usati anche in riferimento ai testi giornalistici.

Un altro indicatore interessante per la scrittura del testo giornalistico è la nota regola delle 5W: “who?” (chi?), “what?” (che cosa?), “when?” (quando?), “where” (dove?) “why?” (perché?). Una semplice regola che, quando viene rispettata, garantisce un maggior grado di leggibilità e di comprensibilità con chiari riferimenti al soggetto che fa l'azione, al momento, al luogo, alle ragioni e alle modalità di svolgimento dell'azione medesima.

Il primo Vocabolario di Base dell'italiano (VdB), fu realizzato da Tullio De Mauro alla fine degli anni Settanta del secolo scorso. Le prime duemila parole di maggior uso costituivano il vocabolario fondamentale (FO): sono i vocaboli di massimo uso, che coprono circa il 90 per cento del discorso scritto e orale. Furono individuate a partire dal *LIF - Lessico di frequenza della lingua italiana* di Bortolini, Tagliavini, Zampolli (1972), lessico di frequenza fondato su un corpus di lingua italiana scritta. Altre 2.750 unità lessicali riconducibili al vocabolario di alto uso (AU), sempre estratte dal LIF, coprivano il 4% del discorso. Infine, il vocabolario di alta disponibilità (AD) includeva circa 2.300 parole: proprio la fascia del lessico di AD

è quella più legata alle scelte di De Mauro, non potendosi fondare su tracce statisticamente consistenti nel LIF.

L'insieme del VdB elencava dunque circa 7.050 parole delle tre categorie: FO, AU, AD. [De Mauro](#) (2016) ricorda che “alcune case editrici, come la Giunti, si sono servite del VdB per orientare al meglio la redazione e comprensibilità di testi per la scuola primaria. Dal 1992, su iniziativa del ministro della funzione pubblica Sabino Cassese, il VdB fu assunto a riferimento del *Codice di stile delle comunicazioni dell'amministrazione pubblica*”. Altre case editrici impegnate nell'editoria scolastica utilizzarono il VdB per le proprie opere destinate sia alla scuola di base, sia a quella superiore: grazie all'opera della cooperativa “Spazio Linguistico”, anche gli editori Paravia e Minerva Italica riconobbero il ruolo del VdB come prezioso ausilio anche per la didattica linguistica. Piemontese (1996) sottolinea che il VdB è stato fondamentale nell'ambito del progetto di *Due parole* (2p). L'obiettivo di 2p era, in effetti, attraverso l'uso del VdB, quello di contribuire alla crescita culturale e umana di molte persone svantaggiate socio-culturalmente [adulte e giovani con forme di ritardo mentale lieve, studenti o immigrati stranieri, ecc.] che “potevano ricevere una spinta e una crescente motivazione alla lettura dei giornali nazionali, sia pure con tempi e modalità diverse” (Piemontese, 1996, p. 103).

A trenta e più anni di distanza, Tullio De Mauro e Isabella Chiari hanno elaborato una nuova versione del VdB, il NVdB – *Nuovo vocabolario di base della lingua italiana*, non più fondandola sul solo italiano scritto. Secondo il [NVdB](#) (De Mauro, 2016), le duemila parole fondamentali coprono l'86% delle occorrenze, le tremila parole d'alto uso coprono un ulteriore 6 per cento, il restante 8 per cento è occupato da occorrenze delle restanti 28.000 parole incontrate nei testi, tra le quali anche alcune parole di alta disponibilità occasionalmente presenti nel parlato e nello scritto. Dalla tabella 1 emerge il grande dislivello di uso che c'è tra le prime mille parole e le altre parole fondamentali. Notiamo in particolare che queste prime mille parole corrispondono al 76,57% delle parole usate dalla Stampa. Questa percentuale sale all'84,15% se si prende in considerazione le duemila parole fondamentali. Se consideriamo invece il lessico fondamentale e il lessico di alto uso (5022 lemmi) notiamo che coprono il 92,21% delle parole incontrate nei testi giornalistici. Il NVdB può quindi costituire uno strumento per misurare il grado di chiarezza o di oscurità delle parole usate in ambito giornalistico.

Tabella 1. Uso del Nuovo Vocabolario di Base (NVdB) nella comunicazione quotidiana

LEMMI	STAMPA	SAGG.	LETT.	SPETT.	CMC	PARLATO
1-1000	76,57	73,66	81,06	83,06	83,39	86,19
1-2002	84,15	81,51	84,96	85,95	85,98	91,12
1-5022	92,21	90,26	92,95	93,63	92,18	95,30

Fonte: De Mauro (2016)

Il grado di leggibilità dei testi può essere analizzato attraverso vari indicatori, tra cui emergono per facilità d'uso e potenza l'**indice di Flesch** e l'**indice di Gulpease**. Mentre l'indice di Flesch calcola la leggibilità del testo in base al numero delle sillabe, l'indice di Gulpease la calcola in base alle lettere delle singole parole. "Diversamente dalla formula di Flesch, il Gulpease consente di leggere i valori della leggibilità di un testo rispetto a livelli di scolarizzazione (elementare, media, superiore). Pertanto il valore della leggibilità di un testo indica ordini di difficoltà diversi a seconda del livello di istruzione del lettore" (Piemontese, 1996, p. 100).

Formula di Flesch Piemontese (1996)	Formula di Gulpease Piemontese (1996)
Facilità di lettura = $206 - 0,6 \times S - P$	Indice di Gulpease = $89 - (Lp: 10) + (3 \times Fr)$
S sta per numero totale di sillabe su 100 parole P sta per numero medio di parole per frase	Lp sta per il totale delle lettere del campione x 100); il totale delle parole del campione;
Un testo analizzato con la formula di Flesch presenta i seguenti risultati:	Fr sta per il totale delle frasi del campione x 100); il totale delle parole del campione .
0 = molto difficile	Con la formula di Gulpease, un testo risulta facile se ha un valore di leggibilità di (o superiore a):
0-30 = difficile	80 per il lettore con istruzione elementare
30-40 = abbastanza difficile	60 per il lettore con istruzione media
40-50= standard	40 per il lettore con istruzione superiore
50-60 = abbastanza facile	
60-70 = facile	
80-90 = molto facile	

Precisiamo che la formula di Flesch indicata in questa sede è quella adattata alla lingua italiana da Vacca (1972) in quanto l'indice è stato pensato e creato da Flesch per i testi in inglese. Aggiungiamo nel 1986, Franchina e Vacca (1986) hanno proposto un'ulteriore adattamento della formula, ma la formula del 1972 indicata in questo lavoro è stata considerata più attendibile dagli studiosi.

Senza voler rendere la scrittura un'operazione rigidamente legata a regole che rischiano di frenare la capacità creativa dei professionisti della scrittura, Piemontese (1996) e Lavinio (2004) propongono alcune regole dello scrivere chiaro, tra cui brevità, semplicità e uso delle parole del VdB. Il rischio è sicuramente quello di “un'applicazione meccanica, limitata a regole che intervengono solo sulla superficie del testo senza intaccarne il livello profondo, quello dell'organizzazione concettuale” (Antonelli, 2016, p. 78). E quindi senza aggiungere alla *leggibilità* una vera *comprensibilità*, molte operazioni di semplificazione linguistica rischiano il fallimento del proprio scopo o di ridursi a puro maquillage (Piemontese, 1996). In questo senso, Antonelli (2016) ricorda che è opportuno intervenire non solo sul lessico e sulla sintassi, ma soprattutto sulla testualità, insegnando in primo luogo a selezionare i destinatari, poi a individuare quali e quante informazioni trasmettere e infine a gerarchizzare quelle informazioni. L'autore commenta questi tre punti fondamentali facendo notare, che spesso chi scrive un documento lo fa rivolgendosi al superiore che deve firmarlo o approvarlo più che al pubblico che lo dovrà leggere. Rispetto alla qualità e quantità di informazioni da trasmettere, è opportuno ricordare che un eccesso d'informazione è sempre un difetto comunicativo. La gerarchizzazione delle informazioni nell'ambito della scrittura consente invece al lettore di recepirle secondo la loro rilevanza. Al di là delle parole da usare o da non usare, “ciò che va modificato è una mentalità più che uno stile [perché] la mentalità della burocrazia è piuttosto quella autoreferenziale di compiere atti dovuti, il cui senso si esaurisce nell'atto del compimento, perdendo di vista l'esistenza del destinatario e la funzione effettiva del testo” (Raso, cit. in Antonelli, 2016, p. 9).

Le regole dello scrivere chiaro
Piemontese (1996); Lavinio (2004)

1. Pensare in modo chiaro (non si può scrivere chiaro con le idee confuse);
2. Cercare la soluzione linguistica più semplice;
3. Essere brevi. Scrivere frasi che non superino, mediamente, le 20 parole;
4. Essere precisi e diretti evitando il ricorso a perifrasi;
5. Preferire, a parità di senso, parole di uso comune e, in particolare, del VdB;
6. Preferire parole concrete a parole astratte;
7. Evitare inutili forestierismi, se esistono parole equivalenti in italiano;
8. Usare i termini tecnici (quando non evitabili) spiegandoli brevemente con parole del VdB;
9. Evitare inutili pseudotecnismi;
10. Evitare l'uso di sigle, abbreviazioni, simboli senza aver dato il loro scioglimento;
11. Evitare parole e locuzioni ammiccanti, spesso prive di significato se non contestualizzate;
12. Evitare l'uso di formule stereotipate, cristallizzate, prive di significato reale;
13. Preferire la coordinazione (o subordinazione limitata) alla subordinazione;
14. Evitare la forma passiva nelle frasi e, usandola, esplicitarne sempre il soggetto logico;
15. Preferire la forma personale a quella impersonale;
16. Preferire la forma affermativa all'uso delle doppie negazioni;
17. Preferire ripetere anziché ricorrere alla *variatio* se con questa si rischia di creare equivoci;
18. Fare attenzione agli usi discriminanti della lingua.

CAPITOLO 5.

I NUMERI DELLA CONOSCENZA IN ITALIA

Uno degli obiettivi di questo volume è quello di tracciare un quadro il più possibile applicativo rispetto alla scrittura. Per questo motivo, ci sia consentito di fare riferimento ai numeri collegati ai dati della lettoscrittura, non tanto per misurare gli effetti della scrittura e ‘non scrittura’ nella vita degli italiani (non è questo l’obiettivo di questo volume), quanto per tracciare una linea di tendenza che consente di raffigurare i bisogni linguistici e culturali dei lettori e nel contempo i doveri linguistici e culturali dei professionisti della scrittura. Con i dati che si fornisce in questa sede facendo riferimento ad alcune fonti importanti quali ISTAT, EUROSTAT e OCSE, intendiamo invitare il leggente – studente, potenziale o giovane giornalista/divulgatore – ha raccogliere le sfide del giornalismo inteso come progetto sociale e democratico con il triplice compito di informare, formare e allietare. Se non si vuole quindi predicare nel deserto, il professionista della comunicazione ha l’obbligo morale e il dovere linguistico e professionale di prendere in considerazione il profilo linguistico e culturale dei destinatari che hanno il diritto linguistico e culturale di formarsi e informarsi. Nel succinto viaggio nei numeri che proponiamo in questa sede, focalizziamo l’attenzione sui dislivelli culturali e linguistici, sul rapporto tra gli italiani e la lettura, la scrittura e l’informazione.

5.1 Livelli culturali e di scolarità

Secondo le riflessioni di De Mauro (2014, p. 101), con *livello culturale* ci si riferisce al grado di partecipazione attiva alle diverse articolazioni della cultura intesa come insieme di conoscenze e pratiche non ereditate geneticamente, ma apprese e trasmesse socialmente. Lo stesso autore distingue tre grandi strati:

- a) cultura della sopravvivenza o della quotidianità;
- b) cultura professionale, propria delle tecniche e discipline;
- c) cultura intellettuale o spirituale.

“I tre strati sono distinti ma non separati: ogni essere umano transita di continuo dall’uno all’altro e crea interferenze e

contatti e i costrutti riconducibili in modo prevalente a uno dei tre strati si elaborano, vivono e sopravvivono in stretta relazione tra loro” (De Mauro, 2014, p. 101). Per accedere a questi livelli culturali, è fondamentale un adeguato processo di alfabetizzazione. A questo proposito, per alfabetizzazione Vedovelli (2010, p. 9) intende il progetto di “sviluppo linguistico, espressivo, comunicativo, culturale degli individui e della società”, mentre l’analfabetismo si riferisce all’insieme dei limiti, ostacoli, punti di criticità, obiettivi non raggiunti e strumenti carenti in relazione al progetto di sviluppo linguistico-comunicativo degli individui e della collettività. De Mauro (2018) distingue almeno tre forme di analfabetismo:

- a) ***l’analfabetismo strumentale***, cioè la completa incapacità di compitare una parola scritta o produrla;
- b) ***l’analfabetismo funzionale***, ovvero l’incapacità di passare dalla decifrazione (calcolo) e faticosa lettura alla comprensione di un testo anche semplice;
- c) ***l’analfabetismo di ritorno***, ossia la perdita delle già acquisite competenze di scrittura e di lettura a causa del mancato esercizio di quanto imparato.

Nella sua *Storia linguistica dell’Italia repubblicana* (SLIR), De Mauro (2014) commenta diverse indagini relative alle competenze intellettuali e alle capacità di lettura e scrittura da parte degli italiani. In questa sede riproponiamo alcuni dati di queste indagini rimandando alla SLIR per ulteriori approfondimenti. In riferimento al 2000 e 2006, De Mauro (2014, pp. 102-103) ricorda che secondo l’OCSE i seguenti dati venivano accertati in Italia:

- 5% analfabeti strumentali, incapaci di compitare;
- 33% analfabeti funzionali: decifrano lettere e brevi frasi ma non vanno oltre, fermandosi al primo livello;
- 33% a rischio di analfabetismo funzionale: vanno oltre il precedente livello, ma con difficoltà, e non raggiungono il livello superiore, il terzo, considerato il minimo indispensabile per partecipare alla vita sociale;
- 10% alfabetizzati funzionali, ma con deficit di *problem solving*;
- 19% sopra la soglia minima internazionale di competenze alfanumeriche e *problem solving*, necessarie per orientarsi nella vita di una società sviluppata.

In sostanza, “a inizio degli anni Duemila solo meno di un terzo della popolazione italiana in età di lavoro padroneggiava a sufficienza le capacità di lettura, scrittura, calcolo e risoluzione di problemi

non di routine, ripetitivi, oggi richiesti dall'organizzazione della società stessa" (De Mauro, 2014, p. 103).

Sempre attingendo ai numerosi e pertinenti dati commentati dalla SLIR, secondo l'indagine OCSE (2013) denominata *PIAAC - Programme of International Assessment of Adult Competencies*, gli adulti italiani occupavano l'ultima posizione nel confronto internazionale in fatto di comprensione di testi scritti. E negli anni 2000-12 all'incremento dei locutori della lingua comune nella comunicazione orale non coincide un altrettanto esteso rapporto con l'uso scritto. In questo senso, se oggi il 90,4% (Istat, 2017) della popolazione è in grado di usare l'italiano nella comunicazio-

ne orale, nella SLIR si ricorda che con una percentuale ancora più elevata di italofoeni, cioè il 95% della popolazione, soltanto meno d'un terzo della popolazione adulta mostrava di poter accedere pienamente alla comprensione di un testo scritto. "Il 70% degli adulti in età di lavoro ha a disposizione solo lo scambio orale per aiutarsi e orientarsi" (De Mauro, 2014, p. 106). Cresce pertanto l'esigenza di sapersi orientare nel flusso di informazioni, enorme rispetto a ogni epoca passata, in un mondo multipolare. Cresce di conseguenza la domanda di competenze non routinarie (De Mauro, 2014:102). Se oggi il 90% della popolazione è in grado di usare l'italiano nella comunicazione orale, ancora De Mauro (1963), nella sua *Storia linguistica dell'Italia unita* (SLIU), ricordava che gli italofoeni attivi, cioè capaci di usare attivamente l'italiano nel parlare erano il 2,5% della popolazione. Secondo Castellani (1982), accanto agli italofoeni attivi, erano presenti anche gli italofoeni passivi (in grado di intendere chi parlasse loro in italiano) e che corrispondevano all'8,7% della popolazione. In sostanza, dai dati della SLIU e di Castellani (1982) emerge che non più di 10% della popolazione italiana si po-

Proposta di legge sulla lingua italiana

Ricordiamo che la lingua italiana non è indicata come lingua ufficiale nella Costituzione della Repubblica Italiana. Nel 2007 fu avanzata una proposta di legge costituzionale che prevedeva la modifica dell'articolo 12 della Costituzione con l'aggiunta di un secondo comma. Tale proposta venne approvata dalla Camera, ma non passò al Senato. La modifica recitava quanto segue: "L'italiano è la lingua ufficiale della Repubblica nel rispetto delle garanzie previste dalla Costituzione e dalle leggi costituzionali".

L'art. 1 della Legge n. 482 del 1999 stabilisce che "la lingua ufficiale della Repubblica è l'italiano".

teva definire italoфона. Gli italiani erano infatti quasi esclusivamente dialettofoni e analfabeti.

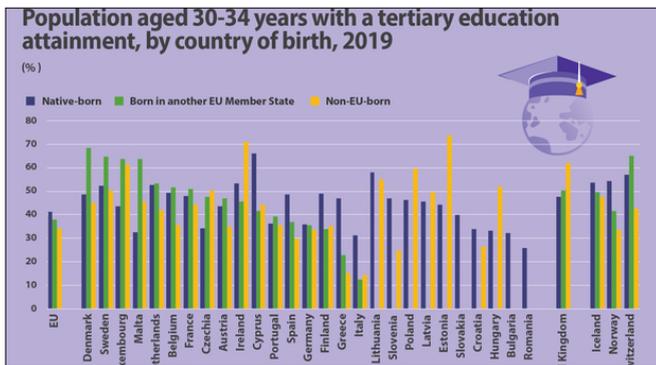
Se quindi i dati e le forme di analfabetismo sono mutati rispetto alla situazione rilevata al momento dell'Unità, oggi i bisogni culturali della popolazione e lo spazio linguistico del nostro paese è cambiato. Come noto, lo **spazio linguistico italiano** odierno viene definito "quadripolare" (Vedovelli, 2011) in virtù del suo assetto idiomatico strutturato intorno ai quattro poli dei *dialetti*, dell'*italiano*, delle *lingue delle minoranze* di antico insediamento (tutelate dalla legge 482 del 1999) e delle *lingue degli immigrati* (oramai radicate sul territorio nazionale da quattro decenni e parlate da 5 milioni di nuovi cittadini). In realtà, secondo i dati Istat (2017) relativi all'*uso della lingua italiana, dei dialetti e di altre lingue in Italia*, il 45,9% della popolazione di sei anni e più si esprime prevalentemente in italiano in famiglia e il 32,2% sia in italiano sia in dialetto. Contrariamente alla politica linguistica del fascismo (cfr. Klein, 1986) orientata verso l'italianizzazione e il divieto dell'uso dei dialetti, oggi si nota grazie ai dati Istat (2017) che il 14% (8 milioni 69 mila persone) usa prevalentemente il dialetto (nel 1861 era il 97,5% della popolazione) e il 32% può usare sia l'italiano che il dialetto. Questo dato significa che il 46% della popolazione italiana usa il dialetto se vuole. Questi dati dell'Istat confermano ulteriormente il fallimento del progetto di italianizzazione esclusiva voluto dal fascismo. Notiamo, infine, che il 6,9% della popolazione in Italia (più di 4 milioni di individui) usa un'altra lingua. Anche se l'Istat (2017) non fa specificamente riferimento alle lingue immigrate, gli studi condotti negli ultimi decenni da Vedovelli (1981, 2017) dimostrano che la voce "altra lingua" dell'Istat (2017) può coprire anche lo spazio delle lingue immigrate.

Facendo invece riferimento ai dati Istat (2019a) sui *Livelli di istruzione della popolazione e ritorni occupazionali*, si nota che in Italia il 60,9% della popolazione di 25-64 anni ha almeno un titolo di studio secondario superiore; valore distante da quello medio europeo (77,5%). Sulla differenza pesa in particolare la bassa quota di titoli terziari: 18,7% in Italia e 31,4% nella media Ue. In realtà, l'Italia è il penultimo paese dell'Unione europea per numero di laureati. Se l'obiettivo della *strategia Europa 2020* inerente l'istruzione, giudicato fondamentale nella società della conoscenza per stimolare la crescita economica e sociale, era quello di innalzare al 40% la quota di giovani 30-40enni con titolo di studio terziari, in Italia la quota corrispondente a questa fascia di età e in possesso di titolo di studio è stimata al 26,9% (39,9% la media

Ue) [secondo l'[Eurostat](#) (2018) la percentuale italiana è stimata al 27,8% mentre la media Ue è del 40,7%]. Gli stessi dati Istat (2019a) rivelano però che l'Italia mostra notevoli progressi sul fronte degli abbandoni scolastici. La quota di 18-24enni che posseggono al più un titolo secondario inferiore fuori dal sistema di istruzione e formazione (*Early leavers from education and training - ELET*) è in sensibile calo negli ultimi anni, passando dal 19,6% del 2008 al 14,0% del 2017 (580 mila giovani). L'Eurostat (2018) precisa però che l'Italia rimane comunque il paese che conta più abbandoni agli studi, dopo Spagna, Malta e Romania.

Facciamo di nuovo riferimento alla SLIR per ricordare alcuni dati legati alla scolarità, in quanto fattore importante per garantire l'accesso alla scrittura professionale. Se nel 1950 l'indice di scolarità pro capite in Italia era di 3 anni (corrispondendo a quello di un paese sottosviluppato, visto che nei paesi industrializzati tale indice era del 6,2%), nel 2011 era salito a 12 anni. In altre parole, nonostante il triste primato dell'Italia rispetto ai laureati (l'Italia occupa la penultima posizione davanti alla Romania), è doveroso ricordare i progressi dell'Italia e la sua attuale posizione tra i paesi scolasticamente sviluppati.

Figura 2. L'istruzione universitaria nell'Unione europea (2019)



Fonte: [Eurostat](#)

De Mauro (2014) interpreta la tendenza tracciata da questi dati osservando che “dagli anni Sessanta ai Duemila sono andate diminuendo le richieste di prestazioni routinarie specie manuali, ma anche intellettuali, e sono per converso cresciute molto le richieste di prestazioni intellettuali non ripetitive e che

implicano interazioni in gruppo” (De Mauro, 2014, p. 108). Se quindi la popolazione adulta italiana ha smarrito le competenze pratiche ed operative, tali competenze non sono state compensate con l’acquisizione di abilità e competenze più sofisticate. In realtà, secondo la SLIR, si nota “l’esistenza di un profondo divario tra una parte della popolazione più variamente attiva, pari al 16,1%, e una parte meno attiva, neghittosa, a volte prossima all’inerzia completa, pari al 53,1%, più della metà della popolazione” (De Mauro, 2014, p. 108). È quindi opportuno essere lungimiranti e creare le condizioni per poter attrezzarsi intellettualmente e culturalmente non solo per l’oggi, con la necessità di ridurre quel 53% relativo alla popolazione intellettualmente passiva, ma soprattutto per le esigenze future pensando, ad esempio, alla prossima generazione. In questa ottica, ci proponiamo di fotografare il comportamento linguistico degli italiani rispetto alla lettura.

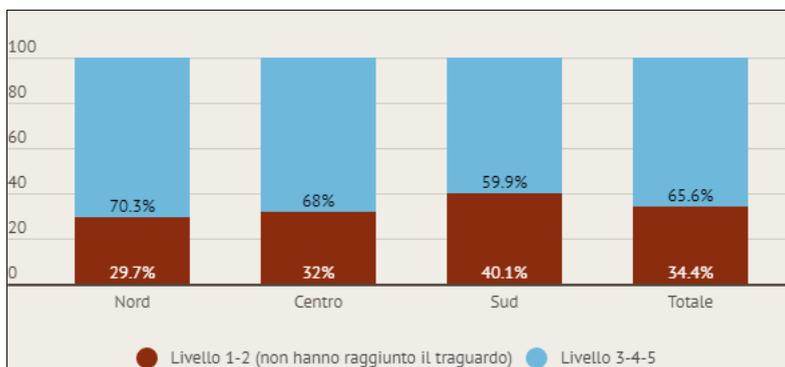
5.2. Gli italiani e la lettura

Per analizzare lo ‘stato di salute’ della scrittura in Italia, è necessario capire come va la lettura in generale e in particolare riferimento alle capacità di lettura e all’abitudine alla lettura.

In riferimento alle capacità di lettura, il *Programme for International Student Assessment*, curato dall’OCSE, meglio conosciuto con l’acronimo PISA, può essere considerato come un ‘termometro’ relativo alle capacità di lettura, e non solo, degli studenti degli Stati membri di questa organizzazione. Secondo i dati dell’OCSE (2019), nel 2018, come d’altronde negli ultimi anni, l’Italia ha ottenuto un punteggio inferiore alla media OCSE in lettura e scienze. In particolare, il 77% degli studenti ha raggiunto almeno il livello 2 di competenza in lettura (media OCSE: 77%). Questi studenti riescono, con questo livello di competenza, “a identificare l’idea principale in un testo di lunghezza moderata, trovare informazioni basate su criteri espliciti, anche se a volte complessi, e possono riflettere sullo scopo e sulla forma dei testi se esplicitamente guidati” (OCSE, 2019). Ai livelli più alti (5 o 6) nel test di lettura PISA, si colloca il 5% degli studenti in Italia, percentuale che corrisponde a quasi la metà della media OCSE (9%). “A questi livelli, gli studenti comprendono testi lunghi, trattano concetti astratti o contro intuitivi e stabiliscono distinzioni tra fatti e opinioni, sulla base di indicazioni implicite relative

al contenuto o alla fonte delle informazioni” (OCSE, 2019). Questi risultati dimostrano che le competenze sviluppate nei contesti scolastici in Italia non consentono sempre di gestire egregiamente i testi complessi. Un altro dato interessante riportato dall’OCSE (2019), relativo all’indagine [PISA 2018](#), rivela che in lettura gli studenti socio-economicamente avvantaggiati hanno ottenuto risultati migliori (75 punti) rispetto agli studenti svantaggiati (media OCSE: 89 punti). Nonostante questo divario sia molto alto, è opportuno ricordare che in PISA 2009 i risultati degli studenti vantaggiati raggiungevano addirittura 85 punti. Si nota quindi una progressiva diminuzione di tale divario. Un altro dato positivo, nonostante il dislivello sia ancora elevato, è che “circa il 12% degli studenti svantaggiati in Italia consegue un punteggio che si colloca nel quartile superiore del rendimento in lettura in Italia, indicando che lo svantaggio non è un destino” (OCSE, 2019). Questo dato dimostra che gli studenti svantaggiati sono potenzialmente in grado di raggiungere i livelli più elevati in lettura; è solo necessario creare le condizioni affinché ciò avvenga.

Figura 3. Livello di competenza nella lettura raggiunto dagli studenti di terza media (% di studenti per ogni livello)



Fonte: [Sole 24 Ore](#) su dati [INVALSI 2019](#)

Figura 4. Persone che hanno letto almeno un libro per motivi non scolastici o professionali negli ultimi 12 mesi



Fonte: [Sole 24 Ore](#) su dati Istat (2019a)

Se i dati relativi alle capacità di lettura sono questi, qual è la situazione rispetto all'abitudine alla lettura?

Un'indagine condotta da Morrone e De Mauro (2008) sui *Leveli di partecipazione alla vita della cultura in Italia* rivelava, come viene illustrata nella tabella 2, che una buona percentuale di italiani leggeva i quotidiani (67,2%) e le riviste settimanali (55,2%). Da un'analisi più approfondita dei dati, emerge che oltre il 90% dei lettori dei quotidiani apparteneva alla fascia medio-alta della popolazione, mentre i lettori delle riviste costituivano oltre l'80% della stessa fascia. I dati di Morrone e De Mauro (2008) ci fanno pertanto notare che 10 anni fa era soprattutto la fascia medio-alta della popolazione, con una buona preparazione intellettuale, che aveva un buon rapporto con la lettura e in particolare con i quotidiani e le riviste. I libri e i periodici scientifici erano letti da una percentuale limitata di cittadini ma comunque facente prevalentemente parte della fascia medio-alta.

Tabella 2. Gli italiani e la lettura (2008)

Tipo di lettura	Totale
Libri scientifici nel tempo libero	14,9%
Libri non scientifici nel tempo libero	32,2%
Libri per motivi professionali	13,0%
Quotidiani	67,2%

Riviste settimanali	55,9%
Periodici non scientifici	25,9%
Periodici scientifici	6,4%

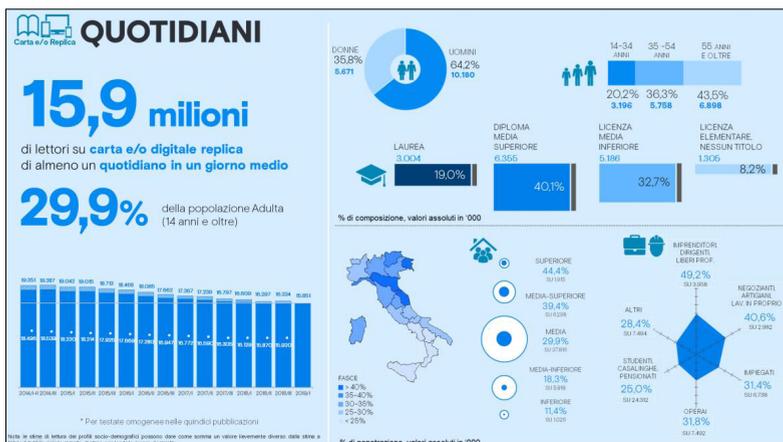
Fonte: Morrone, De Mauro (2008, p. 26)

Secondo i dati Istat (2019b) relativi alla *produzione e lettura dei libri in Italia*, a partire dall'anno 2000, quando la quota di lettori era al 38,6%, l'andamento è stato crescente fino a toccare il massimo nel 2010 con il 46,8% per poi diminuire di nuovo fino e stabilirsi al 40,6% al 2018. Secondo questi dati, in Italia il 40,6% della popolazione legge almeno un libro all'anno. È interessante notare che la quota più alta di lettori è costituita dai giovani tra i 15 e 17 anni pari al 54,5% nel 2018, mentre era al 47,1% nel 2016. Si tratta quindi di un segnale positivo che vede i giovani avvicinarsi sempre di più alla lettura. L'Istat (2019b) propone anche dei dati in base al genere dei lettori osservando che il pubblico più affezionato alla lettura è rappresentato dalle ragazze tra gli 11 e i 19 anni (oltre il 60% ha letto almeno un libro nell'anno). Nel fotografare l'identikit dei cosiddetti **"lettori deboli"**, l'Istat (2019b) osserva che essi costituiscono poco meno della metà dei lettori (46,5%), hanno letto al più tre libri all'anno, tra questi lettori si ritrovano la metà dei lettori maschi (50,2%) e delle persone tra 11 e 17 anni (48,6%), il 52,6% ha al più la licenza media mentre il 58,7% risiede nel Sud. Solo il 14,3% si annovera tra i **"lettori forti"** (con almeno 12 libri letti all'anno), valore stabile rispetto al 2017.

Nel contesto familiare, l'indagine Istat (2019b) fa notare che nell'ultimo ventennio, una famiglia su dieci non ha alcun libro in casa. Anche nei casi in cui è presente una libreria domestica, il numero di libri disponibili è molto contenuto: il 31% delle famiglie possiede non più di 25 libri e il 64% ha una libreria con al massimo 100 titoli. Tra le persone che dichiarano di disporre di oltre 400 libri in casa, circa una su cinque (23,1%) non ne ha letto nemmeno uno. Questi ultimi dati rivelano in qualche modo quello che possiamo chiamare 'processo di museificazione' delle librerie domestiche che hanno solo il pregio di arredare la casa. La non lettura è quindi dovuta a due motivi: l'assenza di libri in casa, spesso dovuta ai motivi economici; l'assenza di motivazione alla lettura dei libri, anche quando sono presenti in casa, vuoi perché ereditati dai nonni e genitori e non sempre considerati interessanti, vuoi perché troppo tecnici e scientifici. Occorre quindi creare le condizioni affinché chi possiede o può acquistare libri faccia della lettura uno stile di vita; e chi non si può permettere di acquistare libri venga sostenuto, ad esempio, attraverso incentivi statali, per poterlo fare. Ma qual è il rapporto degli italiani con la lettura dei giornali?

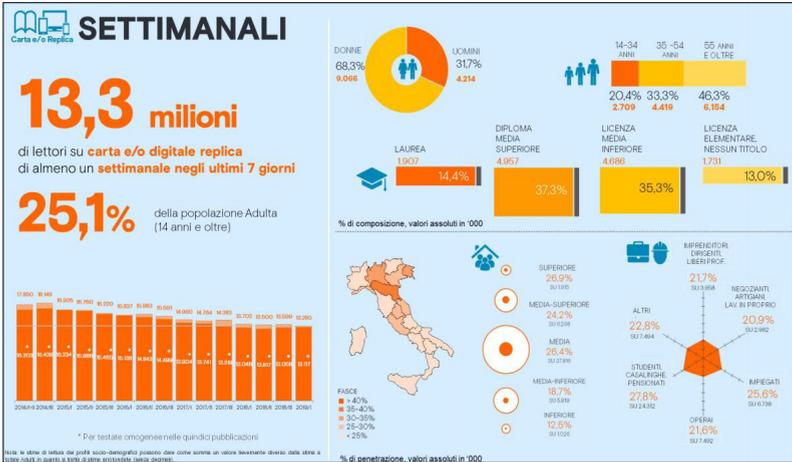
Secondo l'*Annuario Statistico Italiano* (Istat, 2019c), l'abitudine alla lettura dei quotidiani riguarda meno della metà della popolazione. In realtà, nel 2018 il 38% delle persone di 6 anni e più leggeva quotidiani almeno una volta alla settimana. Questo dato significa in sostanza che nel 2018 oltre il 60% della popolazione non ha mai letto un quotidiano nell'arco di una settimana. Se la quota più elevata dei lettori di libri continua a riferirsi ai giovani, come abbiamo visto prima, la lettura dei giornali è prerogativa degli adulti (40% tra i 35-44enni e 50,6% tra gli ultra 65enni) e in particolare degli uomini (il 43,1% contro il 33,2% registrato tra le donne). Dal punto di vista della collocazione geografica dei lettori, i giornali continuano ad essere maggiormente letti dai residenti nelle regioni del Nord, mentre i cosiddetti 'lettori-deboli' si concentrano nell'area meridionale del paese aggirandosi intorno al 70% (cfr. figure 5, 6 e 7). L'*Annuario Statistico Italiano* (2019) osserva che in generale c'è una tendenza alla diminuzione dei lettori di giornali in Italia. La figura 5 fotografa il calo relativo alla lettura dei quotidiani negli ultimi cinque anni. Questo dato viene confermato anche dalle classifiche di vendita che fanno notare che negli ultimi anni tutti i quotidiani italiani perdono copie. Secondo la classifica relativa al 2019 stilata da *ADS Notizie*, pure rimanendo il quotidiano più diffuso e venduto in Italia, il *Corriere della Sera* perde ben 14,5% delle vendite. Anche gli altri due giornali sul podio, *La Repubblica* e *La Stampa*, perdono rispettivamente 14,12% e 13,78%.

Figura 5. Lettura dei quotidiani in Italia (2014-2019)



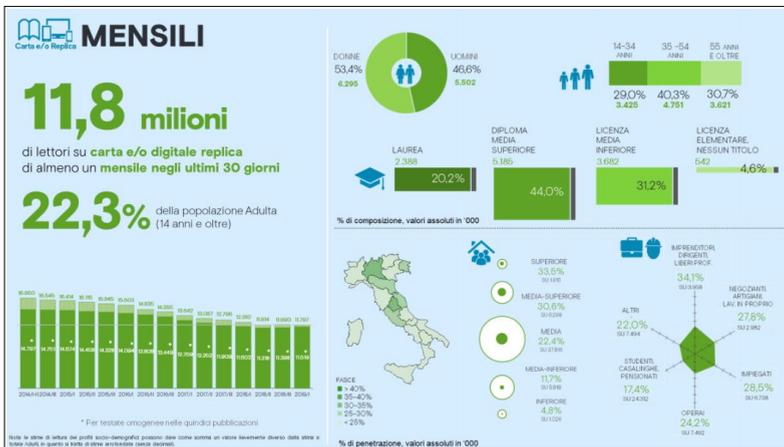
Fonte: [Prima online](https://www.primaonline.it) su dati Audipress

Figura 6. Lettura dei settimanali in Italia (2014-2019)



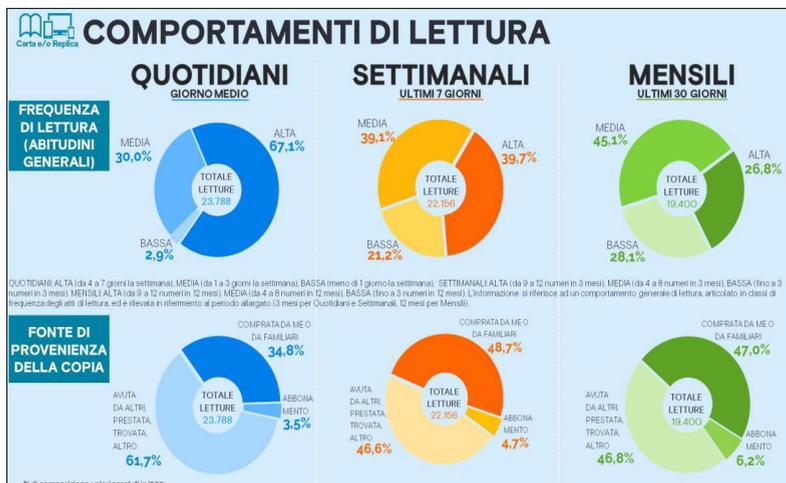
Fonte: [Prima online](#) su dati Audipress

Figura 7. Lettura dei mensili in Italia (2014-2019)



Fonte: [Prima online](#) su dati Audipress

Figura 8. Comportamenti di lettura della Stampa in Italia (2014-2019)



Fonte: [Prima online](#) su dati Audipress

Dai dati Audipress illustrati da [Prima online](#), emerge un segnale positivo per i lettori nel complesso (+0.2%), per i mensili (+1.1%) e per i settimanali (+ 0.4%) e una sostanziale stabilità per i quotidiani (-0.4%). La ricerca sottolinea il ruolo dell'informazione e dei contenuti di qualità per quasi 40 milioni di italiani (il 75,3% della popolazione), che ogni mese fruiscono di titoli stampa su carta o in digitale. Facendo riferimento alle principali testate italiane, dalle figure 5, 6 e 7 si può notare che ogni giorno si raggiungono in media quasi 24 milioni di letture per i quotidiani (per 15.851.000 lettori), ogni settimana più di 22 milioni di letture per le testate settimanali (per 13.280.000 lettori) e ogni mese quasi 20 milioni di letture per le testate mensili (per 11.797.000 lettori).

I dati illustrati in questo volume dimostrano quindi che sia i libri scientifici che i giornali non sono appannaggio di buona parte della popolazione, anche se per quanto riguarda i lettori delle testate giornalistiche si nota complessivamente un segnale positivo. E se la lettura del giornale al mattino è considerata da Georg Wilhelm Friedrich Hegel (cit. in De Mauro, 2014, p. 78) come la "preghiera del laico", si può dedurre che in Italia ci sono molti "credenti laici non praticanti" dal punto di vista della lettura giornalistica. E se la lettura del giornale è la "preghiera laica", come dice Hegel, siamo tentati di considerare la biblioteca o la libreria come la "cattedrale

laica”, che accoglie quasi 9 milioni di italiani all’anno. In realtà, nel 2018, erano circa 8 milioni 960 mila (15,3%) le persone (di 3 anni e più) che sono andate almeno una volta nell’anno in biblioteca. Ma nell’era digitale in cui viviamo, le mura delle biblioteche e delle librerie sono sempre più di plastica e consentono di accogliere un numero sempre più elevato di lettori grazie agli strumenti virtuali. A questo proposito, i dati Istat (2019b) relativi alla *Produzione e lettura di libri in Italia*, confermano che negli ultimi anni si sta progressivamente diffondendo anche in Italia il consumo di prodotti editoriali digitali. Secondo tale indagine, nel 2018, circa 4 milioni 800mila persone hanno dichiarato di aver letto e-book e/o libri online (l’8,4% della popolazione di 6 anni e più, pari al 20,6% dei lettori). Se si aggiungono anche coloro che hanno scaricato libri on-line, il numero sale a 6 milioni 280mila, ossia l’11% della popolazione di 6 anni e più. Nonostante la permeabilità della rete e la sua capacità di oltrepassare le barriere fisiche e geografiche, l’Istat (2019b) ci ricorda che “considerando l’accesso ai libri in formato digitale, il tradizionale *digital divide* territoriale che differenzia il Nord e il Sud Italia sembra essere confermato: l’attività di lettura dei prodotti digitali riguarda, infatti, una quota di persone che va tra il 10,9% del Nord-Ovest e il 5,5% del Sud. Si confermano anche le differenze legate alla dimensione comunale: la lettura di e-book/libri on line risulta più diffusa nei Comuni collocati nelle aree metropolitane (11,5%), rispetto ai Piccoli centri (7% nei Comuni fino ai 2mila abitanti)”. Nonostante il grado maggiore di attrattività e di accessibilità dei libri o giornali digitali e elettronici, la lettura non è ancora l’appannaggio della maggior parte degli italiani. E se i lettori di libri e giornali scarseggiano in Italia, qual è il nostro rapporto con la scrittura?

5.3. Gli italiani e la scrittura

Fino a una ventina d’anni fa, il dominio dell’audiovisivo – dei media detti *non alfabetici* – faceva prevedere una progressiva perdita d’importanza della parola scritta a vantaggio delle varie forme di oralità ‘secondaria’ (ben lontana dall’oralità ‘primaria’ di chi non sa scrivere) (Antonelli, 2009). Lo stesso autore aggiunge che “l’alfabetismo di ritorno [...] appariva come una china inesorabile; la scrittura stessa veniva data per spacciata in molte prognosi autorevoli”. Nonostante tutte queste considerazioni rispetto alla scrittura, si osserva in realtà che le nuove tecnologie e il mondo digitale hanno semplicemente rivoluzionato il nostro modo di pensare, di

agire e di esprimere il nostro pensiero anche con la creazione di nuove forme di scrittura. In questo senso, Simone (2000, cit. in Antonelli, 2009) osserva che chi pone l'accento sulla scrittura, parla di una «terza fase» – dopo quelle aperte dalla scrittura alfabetica e dalla stampa – in cui all'**intelligenza 'sequenziale'** si va sostituendo un'**intelligenza 'simultanea'**, che «guarda» invece di leggere.

Sempre in riferimento alla creazione di nuove conoscenze, il *Rapporto sulla conoscenza 2018*, curato dall'Istat (2018), riporta che “la disponibilità di informazioni e la capacità di trattarla e trasformarla in conoscenze sono cresciute a un ritmo senza precedenti nella storia umana, grazie ai progressi delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Ict) hanno avuto anche un'azione abilitante, che ha favorito e permeato l'attività innovativa in altri ambiti tecnologici”. In questa nuova era di accelerazione nell'accumulazione di conoscenza, secondo il *Rapporto sulla conoscenza 2018* in Italia, quasi un adulto su dieci si dedica alla scrittura di poesie, racconti, diari, blog. Per gli autori di questo documento, la diffusione della pratica scrittoria in particolare e quella creativa in generale è direttamente proporzionale ai livelli d'istruzione: tra gli adulti (25-64 anni) che hanno conseguito la laurea o il dottorato di ricerca, quasi l'80% si dedica alla creazione culturale e artistica, contro meno del 70% tra i diplomati e poco più del 50% tra le persone con la sola licenza media (Istat, 2018 p. 38). In generale questi dati rivelano comunque che gli italiani scrivono molto, anche se questo dato sulla scrittura (nelle sue forme diverse) si contrappone con quello della lettura. Lo confermano i dati sugli editori. In realtà, secondo i dati Istat (2019b) relativi alla *Produzione e lettura di libri* in Italia, con 75.758 titoli pubblicati, il 2018 conferma il trend in crescita della produzione editoriale dell'anno precedente in un mercato che punta sempre più sulla novità (61,7% di “prime edizioni”) e meno sulla longevità dei prodotti pubblicati (32,7% di “ristampe” e 5,6% di “edizioni successive”). L'editoria per adulti domina l'offerta del 2018 (78,6%), i libri scolastici sfiorano il 13% e quelli per ragazzi si aggirano intorno al 9%. Se la produzione libraria è in crescita in Italia, è anche grazie ai 1.564 editori censiti nel 2018. Questi editori si suddividono in tre categorie: a) “grandi editori” (in grado di pubblicare più di 50 volumi annui), costituiscono il 15,2% degli editori e coprono quasi l'80% della produzione in termini di titoli (79,4%) e il 90% della tiratura; b) “medi editori” (in grado di pubblicare fra le 11 e 50 opere all'anno) coprono il 33,8% degli editori; c) “piccoli editori” si riferiscono al 51,1% degli editori e riescono a pubblicare un numero massimo di 10 titoli all'anno. In altre parole, il maggior numero di editori produce il minor numero di libri mentre la produ-

zione massiccia e l'industria editoriale intesa come quella maggiormente competitiva nel mercato editoriale nazionale e internazionale è nelle mani di un numero limitato di editori. L'attuale mondo globale e digitale che ha chiaramente modellato i nuovi supporti della conoscenza ha costretto gli editori a ripensare il loro modo di trasmettere il pensiero inaugurando nuove forme di scrittura. È ad esempio per questo motivo, come ci rivela l'Istat (2019b), che gli editori investono sempre più nell'offerta di libri in formato e-book. Non a caso, la percentuale di opere pubblicate a stampa disponibili anche in versione digitale in soli due anni è passata dal 35,8% (circa 22mila titoli nel 2016) a quasi il 40% (più di 30mila titoli nel 2018). La versione digitale è particolarmente diffusa per i libri di avventura e gialli (82,1%), i testi di informatica (62,9%) e matematica (61,4%), i libri di attualità politico-sociale ed economica (56,1%).

CAPITOLO 6.

LE PROFESSIONI LEGATE ALLA SCRITTURA

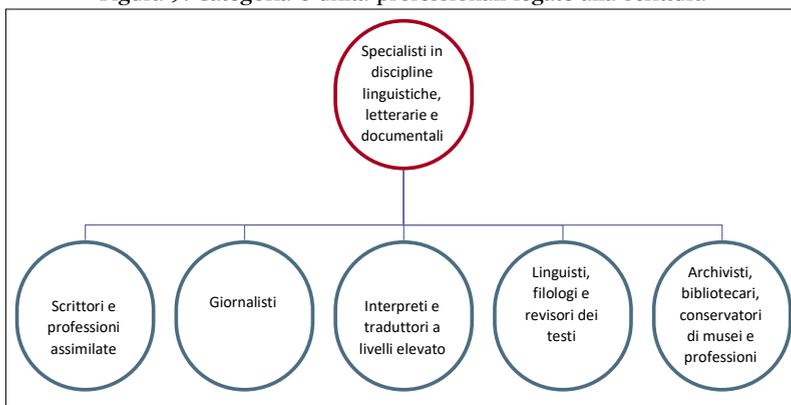
In questo capitolo intendiamo illustrare e commentare i dati Istat (2013) relativi alla nomenclatura e alla classificazione delle professioni (CP2011) nell'ultimo decennio, che verrà aggiornata l'anno prossimo con il varo del nuovo impianto tassonomico (CP2021). Il nostro obiettivo in questa sede è quello di proporre una specie di censimento e di mappatura delle professioni collegate alla scrittura. La fotografia che propone l'Istat (2013) è quella di una classificazione in continua evoluzione. In realtà, gli sviluppi tecnologici, l'utilizzo di nuovi materiali, il miglioramento dei metodi di produzione o di erogazione dei servizi, inducono inevitabilmente cambiamenti nell'organizzazione del lavoro. Nel documento viene chiaramente precisato che se da una parte "l'aumento, la contrazione o la combinazione dei compiti all'interno o tra le professioni esistenti così come funzioni differenti o precedentemente non previste possono portare alla nascita di nuovi lavori", dall'altra "determinate attività lavorative possono esaurirsi senza generare alcuna sostituzione, giustificando di conseguenza, nell'ambito dell'aggiornamento della classificazione, la loro esclusione dal novero delle professioni" (Istat, 2013: 29-30). Questa riflessione, che segnala il carattere provvisorio e non aprioristicamente determinato di ogni impianto tassonomico, vale anche per le professioni collegate alla scrittura su cui ci focalizziamo in questa sede.

6.1. La nomenclatura dell'Istat

Secondo la nomenclatura dell'Istat (2013), le professioni in Italia sono organizzate in nove raggruppamenti. Ad ogni "grande gruppo" corrispondono più gruppi. I "gruppi" sono suddivisi in "classi di professioni", composte a loro volta da più "categorie". Ad ogni categoria corrispondono delle "unità professionali" contenenti le "voci professionali" (singole denominazioni di professioni). Il grande gruppo che ci interessa in questo lavoro è quello delle *Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione*. "Le professioni comprese in questo grande gruppo richiedono un

elevato livello di conoscenza teorica per analizzare e rappresentare, in ambiti disciplinari specifici, situazioni e problemi complessi, definire le possibili soluzioni e assumere le relative decisioni. Tale livello di conoscenza è acquisito attraverso il completamento di percorsi di istruzione universitaria di II livello o post-universitaria o percorsi di apprendimento, anche non formale, di pari complessità” (Istat 2013, pp. 25-26). Illustriamo quindi le professioni collegate all’attività scrittoria riprendendo fedelmente i descrittori proposti dall’Istat. Ricordiamo che le professioni a cui facciamo riferimento appartengono al secondo “grande gruppo” dal titolo *Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione*, in particolare alla quinta classe di professioni, che si riferisce agli *Specialisti in scienze umane, sociali, artistiche e gestionali*, e nello specifico alla quarta categoria dedicata agli *Specialisti in discipline linguistiche, letterarie e documentali*. E come si evince dalla figura 9 questa ultima categoria è composta da cinque unità professionali che a loro volta corrispondono a diverse voci professionali. Per l’Istat (2013, pp. 143-144), le professioni nella quinta classe concepiscono e creano opere di scrittura letteraria e professionale; comunicano fatti di cronaca e informazioni di pubblica utilità e di settore; traducono e interpretano testi scritti, segni o discorsi da un’altra lingua; conducono ricerche sul linguaggio, sulle relazioni fra lingue antiche e moderne, sulle varietà linguistiche e sulla comparazione delle lingue, sulle interazioni tra linguistica e ICT; conservano documenti, libri, contenuti digitali, beni archeologici, storici, artistici e culturali.

Figura 9. Categoria e unità professionali legate alla scrittura



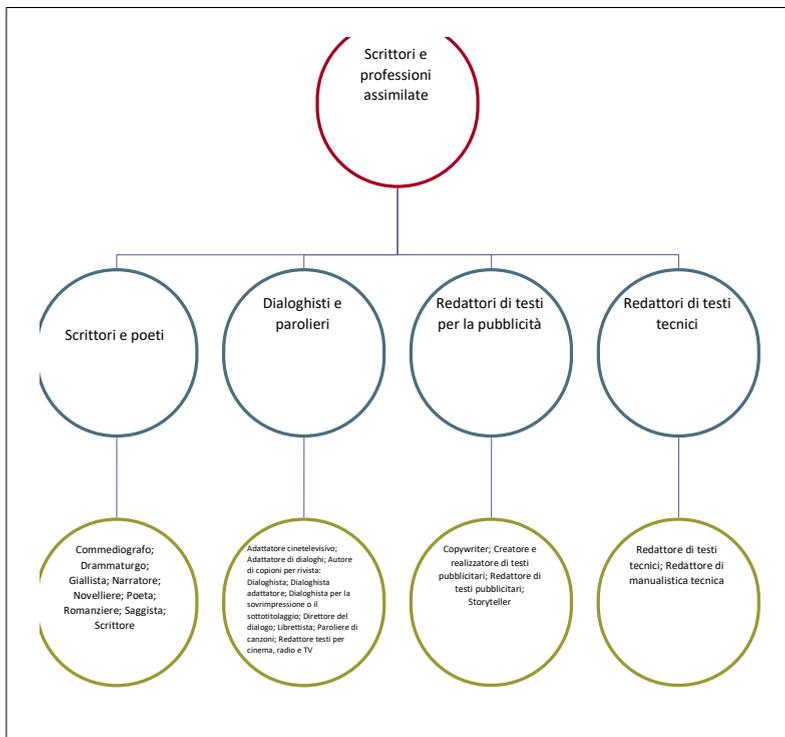
Per motivi di spazio e limitandoci agli obiettivi di questo volume, focalizziamo l'attenzione sulle prime due unità professionali, sempre allacciandoci ai descrittori dell'ISTAT 2013 (143-146), ovvero gli scrittori i e giornalisti.

6.2. Il profilo degli scrittori

In riferimento agli scrittori, le professioni comprese in questa categoria “concepiscono, creano e rendono disponibili al pubblico opere di scrittura letteraria e professionale; scrivono soggetti e dialoghi per il cinema, la radio e la televisione, testi e libretti da musicare; redigono testi informativi e pubblicitari di beni e servizi da diffondere a mezzo stampa, radiotelevisione e altri mezzi di comunicazione mediatica; scrivono manuali, guide, appendici tecniche, fogli, testi informativi e libretti d'istruzione, per servizi e beni di consumo, macchine e attrezzature”. Come possiamo notare dalla figura 10, la categoria degli scrittori si può suddividere in quattro unità professionali: Scrittori e poeti; Dialoghisti e parolieri; Redattori di testi per la pubblicità; Redattori di testi tecnici.

Le professioni comprese nell'unità *Scrittori e poeti* “concepiscono, creano e rendono disponibili al pubblico opere di scrittura letteraria e professionale”. I *Dialoghisti e parolieri* dal loro canto “scrivono soggetti e dialoghi per il cinema, la radio e la televisione, testi e libretti da musicare”. Per quanto riguarda i *Redattori di testi per la pubblicità*, essi “redigono testi informativi e pubblicitari di beni e servizi da diffondere a mezzo stampa, radiotelevisione e altri mezzi di comunicazione mediatica”. I *Redattori di testi tecnici*, invece, “scrivono manuali, guide, appendici tecniche, fogli, testi informativi e libretti d'istruzione, per servizi e beni di consumo, macchine e attrezzature”. Come si evince dalla figura 10, queste unità professionali sono dei veri e propri serbatoi da cui scaturiscono numerose professioni. La nostra società è in effetti diventata sempre più esigente in termini di competenze professionali e non si accontenta più della semplice etichetta dello “scrittore” dietro alla quale vuole vedere profili professionali più aderenti a specifiche esigenze del pubblico.

Figura 10. Unità e voci professionali legate allo scrittore



6.3. Il profilo dei giornalisti

In riferimento ai giornalisti, le professioni comprese in questa categoria “raccolgono, riportano e commentano notizie o vicende di cronaca da pubblicare su quotidiani, periodici, radio-televisione, siti Internet ed altri mezzi di comunicazione mediatica; intervistano altre persone su questioni di varia natura; scrivono editoriali ed esprimono opinioni su fatti ed avvenimenti, rivedono, selezionano e organizzano articoli ed altri materiali informativi per la pubblicazione, nel rispetto delle leggi sulla privacy”. Questa categoria, che è composta da un’unica “unità professionale”, i giornalisti, è invece composta da “numerose voci professionali”, quali commentatore della radio e della televisione; corrispondente di agenzia di stampa; corrispondente estero; cronista; Direttore di agenzia di stampa; Direttore di periodico; Giornalista televisivo; Redatto-

re capo; Redattore di articoli web; Redattore radiofonico; Reporter.

Se il quadro illustrato dai dati precedenti, limitato alle categorie “scrittori” e “giornalisti”, ci restituisce un labirinto di professioni, la classificazione delle professioni che verrà aggiornata nel 2021 (CP, 2021) proporrà sicuramente un impianto tassonomico ancora più dinamico e articolato. Ad esempio in un articolo pubblicato nel 2015 da *Brand Journalism* sulla trasformazione digitale del mondo dell’informazione, emerge che molte nuove professioni riconducibili al giornalismo digitale e non presenti nella classificazione CP (2011), erano già richieste sul mercato del lavoro nel 2015. Dimostrazione, questa, che di fronte alla velocità delle notizie, servono delle figure capaci di saperle canalizzare, raccontare e soprattutto consegnare come beni di consumo se non più, come una volta, solo nelle case degli italiani, ma sicuramente nelle loro tasche o custodie attraverso smartphone e tablet.

Le competenze richieste per lavorare nei campi dell’editoria e del giornalismo stanno mutando rapidamente: un processo, questo, che porta alla nascita di nuove figure professionali e all’aggiornamento di quelle più “classiche”. Non stiamo certo affermando che per lavorare nel mondo dell’informazione non sia più necessario saper scrivere oppure saper fiutare notizie di qualità: le care vecchie regole sono sempre valide. Allo stato attuale, tuttavia, è necessario imparare a cavalcare e padroneggiare questa rivoluzione digitale, per essere davvero appetibili su un mercato del lavoro che già di per sé è piuttosto stagnante (*Brand Journalism*, 2015).

Questa rivoluzione digitale, attraverso l’ampliamento delle nuove professioni, è anche l’indicatore di nuovi ambiti di intervento. In questa ottica, durante gli *Stati Generali dell’Informazione e dell’Editoria*, tenutisi dal 28 maggio al 4 luglio 2019, si è discusso anche delle *nuove figure professionali* del mondo della comunicazione e del giornalismo, ambiti, questi ultimi, non sempre equivalenti a quelli indicati nelle unità professionali illustrate dalle classificazione CP2011. Ma al di là della metamorfosi delle professioni della comunicazione (che va di pari passo con la “me-

Editor e Content creator

Chi scrive e crea i contenuti in un’impresa editoriale. L’unità di misura dell’informazione digitale non è più la *news* (che, ovviamente, riveste sempre un ruolo fondamentale) ma il *content*, cioè una notizia debitamente filtrata, curata, presentata e infine pubblicata a seconda dei propri scopi.

Nativi digitali

Chi è abituato fin da giovane o giovanissimo a utilizzare le tecnologie digitali, essendo nato nell'era della rete e di internet. Ci sono tre tipologie differenti di nativi digitali, che segnano la transizione dall'analogico al digitale dei giovani nei paesi sviluppati: a. I *nativi digitali puri* (tra 0 e 12 anni); b. i *Millennials* (tra 14 e 18 anni); c. I *nativi digitali spuri* (tra 18 e 25 anni).

diamorfosi delle notizie” (Antonelli, 2016)), un tema importante per i giovani, che intendono orientarsi verso questo ambito, che si apprestano ad iniziare la loro carriera in questo settore o che esercitano già in alcune della valanga di nuove professioni connesse alla scrittura, è senza dubbio l'inquadramento giuridico di queste nuove figure professionali che offrirebbe a questi lavoratori maggiori garanzie professionali e previdenziali, nonché migliore qualità del lavoro. Tra le nuove figure professionali ricercate dalle redazioni giornalistiche si ricordano, ad esempio, le seguenti: *editor* e *content creator*, *social media editor*, *social media manager*, *community manager*, *trend reporter*, *data analyst*, *enga-*

ger e *growth manager*, *social journalist*, *data journalist*, *web editor*, ecc. Come avviene con molte professioni, queste nuove mansioni, alcune delle quali sono indirettamente legate al testo giornalistico, sono suscettibili di scomparire in futuro, mentre altre ne nasceranno. In realtà, come suggerisce *Brand Journalism*, quando le competenze social diventeranno parte integrante del bagaglio tecnico di un qualsiasi redattore, infatti, quest'ultimo ne saprà abbastanza da poter socializzare i propri contenuti da solo, senza bisogno di un social media editor alle spalle. In riferimento alle figure di *editor* e *content creator*, il loro profilo professionale si può riassumere in quattro caratteristiche importanti: 1) avere competenze specifiche elevate su un determinato argomento; 2) conoscere le principali tecniche di *SEO-copywriting*; 3) saper declinare i pezzi da un punto di vista che possa stimolare maggiormente i lettori sui social e in uno stile che meglio si adatta ad essere veicolato sul web; 4) essere in grado di girare, montare e confezionare un buon servizio video in tempi rapidi e con strumenti basilari, magari direttamente sul proprio smartphone o tablet.

Tutte le professioni enumerate in precedenza hanno le diciture in inglese che testimoniano che sono determinate dalla globalizzazione, come noto trainata dal mondo anglosassone, che spesso richiede competenze tecnologiche e linguistiche specifiche. In altre

parole, attraverso questi esempi, si capisce che il mondo digitale ha delle ricadute dirette sul giornalismo ed è alla base della creazione di nuove professioni. Ma la sfida del giornalismo digitale non è solo legata ad una semplice traduzione dall'analogico al digitale, bensì si fonda su una vera e propria "digitalizzazione del pensiero". L'obiettivo è quindi di trasformare questo nuovo modo di raccontare le notizie non come un lusso, ma come uno stile di vita, come vediamo nei nativi digitali che sin dai primi mesi di vita entrano in contatto con strumenti digitali e di conseguenza crescono sviluppando e costruendosi una grammatica digitale per leggere, interpretare ed interagire con il mondo che li circonda. Le sfide del nuovo giornalismo, quello digitale e globale, sono pertanto anche le sfide della scuola, che deve preparare i futuri professionisti della scrittura in un sano percorso e processo di alfabetizzazione mediatica. Tale processo implica sicuramente la cultura e l'amore per la lettoscrittura, in quanto non immaginiamo una società che pullula di scrittori, nel senso largo, senza avere a disposizione dei lettori. O al contrario, è impensabile costruire una società che investe sulla lettura trascurando la scrittura. La società attuale ha bisogno dei lettoscrittori perché lettura e scrittura s'integrano a vicenda. Oltre a questi strumenti di base, la scuola e l'università devono creare le condizioni affinché gli studenti abbiano una certa dimestichezza, sia nell'uso che nella realizzazione, con gli strumenti dei media digitali e naturalmente con il lessico ad essi correlati (piattaforma, blog, pagina Internet, ecc.). Questa preparazione pratica, continua ed aggiornata aiuterà gli studenti ad affacciarsi al mondo del lavoro con una preparazione adeguata. In questo modo, non si dovranno imbattere in un circuito che rivelerà il carattere obsoleto della loro formazione.

CAPITOLO 7.

IL GIORNALISMO NELL'ERA DIGITALE E GLOBALE

«L'informazione è oggi un'industria e non può identificarsi così facilmente come in passato quale “messenger della verità”. Le logiche di mercato tendono a privilegiare un giornalismo spregiudicato; sempre più invadente si fa l'informazione spettacolo; si accentua la tendenza a sbattere il mostro in prima pagina; a pubblicare la notizia al di là del rispetto di ogni valore in gioco e dei diritti personali dei protagonisti; aumentano i condizionamenti del potere politico ed economico nei confronti dei giornalisti a tutto danno della responsabilità dell'informazione». Con queste considerazioni, il compianto [Mario Petrina](#), nella sua veste di Presidente dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti, alcuni decenni fa illustrava la situazione del giornalismo. Dalle riflessioni di Petrina si nota chiaramente il rimpianto di un giornalismo etico che sta perdendo terreno a favore di un giornalismo commerciale o meglio, come lui stesso sosteneva, un “giornalismo di spettacolo”. A diversi anni di distanza da queste osservazioni, quali sono le nuove sfide del giornalismo oggi in Italia, o meglio “che giornalismo fa” in questo momento in Italia?

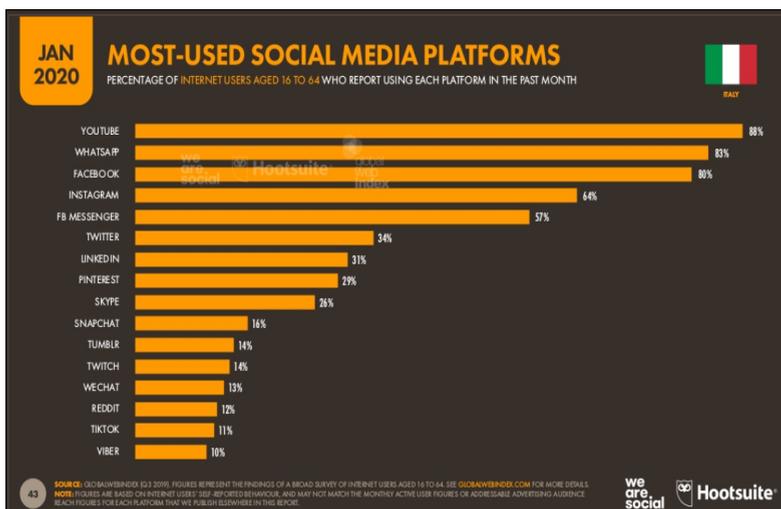
Per rispondere a questo quesito, dalla voce esperta, autorevole e istituzionale del mondo del giornalismo, ci proponiamo di considerare anche le voci raccolte alla base che rivelano la situazione reale del giornalismo attuale. Incroceremo quindi alcuni dati statistici legati al mondo digitale con le abitudini degli italiani.

7.1. Le sfide del giornalismo ai tempi di Internet

Partendo dal recente libro di Matthew Hindman, dal titolo *La trappola di Internet. Come l'economia digitale costruisce monopoli e mina la democrazia* (Einaudi, 2019), la redazione del sito [Parte del Discorso](#), commenta le ragioni per le quali giornali e siti di news vengono schiacciati da giganti di Internet quali Facebook e Google. Uno dei problemi principali che il giornalismo sta affrontando ai giorni nostri è sicuramente quello della **viscosità**. Si tratta di un “indice di Internet che misura quanto è probabile che degli utenti visitino e ritornino sul tuo sito dopo il primo e il secondo click.

Siti con alti livelli di viscosità finiranno con l'accrescere la loro audience, mentre quelli con un'inferiore viscosità verranno visualizzati sempre meno". E non a caso, secondo i dati di *Global Digital Report 2020* sono proprio i colossi di Internet ad attrarre il maggior numero di italiani, di età compresa tra 16 e 64 anni, quando essi decidono di navigare sui social. Youtube si colloca al primo posto con 88% di utenti, seguito da Whatsapp (83%) e Facebook (80%).

Figura 11. Social network maggiormente usati in Italia (2020)



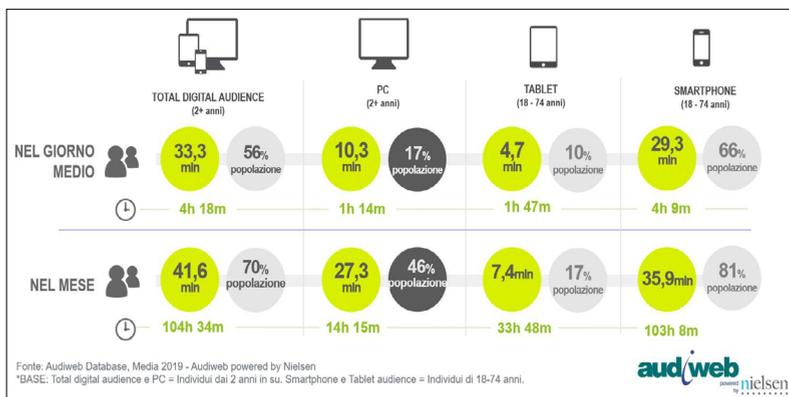
Fonte: Global Digital Report 2020

Questi dati che fotografano gli interessi dei cittadini e di conseguenza dei potenziali lettori dei giornali fanno capire che gli editori dei giornali devono integrare la loro offerta informativa facendo riferimento anche a piattaforme di successo come Youtube, Whatsapp e Facebook. Forse queste piattaforme sono giudicate troppo informali e quindi poco attendibili per testate che vogliono fare dell'attendibilità il loro cavallo di battaglia? Può darsi. Ma quello che è certo è che se oggi uno dei principali problemi del giornalismo è la carenza di lettori, questi dati ci dicono dove possiamo andare a trovarli. E se la sfida creativa del giornalismo contemporaneo è quella di adattare la sua proposta editoriale ai bisogni culturali dei cittadini-lettori, allora i giornalisti e gli editori devono avere il coraggio intellettuale e culturale di ripensare il modo di raccontare e scrivere la notizia.

Nel caso specifico delle piattaforme maggiormente usate dagli italiani si tratterà di impostare la notizia secondo le esigenze di spazio, di stile, ma anche di tempo imposti da questi strumenti digitali. In realtà, quanto tempo gli italiani dedicano ai social e quanto questa abitudine può influire sulla lettura dei giornali online?

Analizzando i dati di [Global Digital Report 2019](#), emerge che con una media di 6 ore e 4 minuti (sotto la media mondiale), l'Italia si colloca al 22° posto nella graduatoria che fotografa il tempo che gli utenti di Internet passano online. Al primo posto ci sono le Filippine con una media di 10 ore 2 minuti al giorno. In riferimento ai social, gli italiani dedicano 1 ora e 51 minuti (anche in questo caso sotto la media mondiale) del loro tempo. Proponiamo anche i dati di Audiweb, sempre in riferimento al 2019, che sono leggermente diversi (anche perché sono diversi i criteri di analisi) ma che illustrano una situazione un po' più dettagliata. Secondo Audiweb, 41,6 milioni (70% della popolazione) accedono mensilmente alla rete Internet. Tra i modi di connessione (che naturalmente non si escludono tra loro), al primo posto c'è ovviamente lo smartphone (81% della popolazione, a portata di quasi tutti, presumiamo dagli adolescenti fino a una certa età); poi c'è ancora il computer fisso che può essere usato a casa o in ufficio (46%) e infine il tablet (17%).

Figura 12. La total digital audience in Italia (2019)



Fonte: [Prima Online](#) su dati Audiweb

Questi dati possono naturalmente essere ridimensionati se vengono disaggregati, ad esempio sulla base dell'età e del genere degli utenti. Al di là delle già note abitudini dei nativi digitali che contribuiscono ad

accrescere gli utenti di Internet, pensiamo di poter sostenere che la rete continuerà ad imporre sempre più le sue regole e non sarà possibile per il mondo del giornalismo tirarsi indietro. In sostanza, tanto più le risorse digitali guadagneranno spazio, tanto più si andrà verso un'obsolescenza degli strumenti tradizionali (macchine da scrivere, carta e penna).

La questione di adattamento del giornalismo odierno secondo i canoni del mondo digitale, riguarda quindi la forma, cioè le caratteristiche stilistiche del testo, la struttura e il contenuto. In riferimento a questo ultimo punto, secondo *Parte del Discorso*, una necessità impellente del giornalismo 2.0 è sicuramente la dinamicità delle notizie. In questo senso, “uno dei problemi principali di alcuni siti di news (specialmente locali) è che sono statici [oltre ad essere troppo lenti], durante il giorno, dal punto di vista dei contenuti”. Una delle regole d'oro è quindi l'aggiornamento continuo del sito, perché l'utente che è abituato alla velocità dei messaggi e post su Whatsapp e Facebook non visiterebbe volentieri un sito non aggiornato. In realtà, chi visita un sito due o tre volte e vede che le notizie sono le stesse, non sarà incoraggiato a ritornare sullo stesso sito. La pressione per avere dei contenuti sempre nuovi ha posto un focus enorme sull'immediatezza, incoraggiando la creazione di articoli sempre più brevi e anche con l'indicazione del tempo di lettura, come fanno già alcuni quotidiani. A questo proposito, Carrada (2008) osserva che gli articoli scritti con paragrafi brevi hanno il doppio di lettori rispetto a quelli con paragrafi lunghi. Il segreto dei giornali online che generano più traffico è quindi in buona parte dovuto alla brevità dei loro articoli. Siccome la brevità è l'alleata di velocità e novità nel giornalismo digitale, *Parte del Discorso* osserva che il bisogno impellente di avere contenuti sempre nuovi può provocare anche un meccanismo definito come “la ruota del criceto del giornalismo”, che per Dean Starkman non è velocità bensì “movimento fine a se stesso. È volume senza pensiero. È panico per le notizie, mancanza di disciplina e inabilità di dire no. È contenuto prodotto per incontrare una metrica di produttività arbitraria”. Tuttavia, Carrada (2008) aggiunge che non è vero che sul web c'è posto solo per i testi brevi, ma è vero che senza efficaci testi brevi, è difficile trovare e leggere quelli lunghi. Ecco perché, riprendendo alcuni studi, la stessa autrice osserva che due terzi dei lettori online, una volta deciso che il pezzo è di loro interesse, lo leggono interamente. I lettori online leggono in media il 77% di un articolo, contro il 62% dei lettori di giornali e il 57% dei lettori di tabloid. Ci sembra quindi chiaro notare che la funzione del giornalista non è quella di scrivere per scrivere bensì, scrivere per essere letto. Sarebbe pertanto uno spreco di tempo e risorse riempire colonne di tabloid che non verranno mai lette. Ma

senza volere essere pessimisti, l'informazione digitale, facilmente accessibile a prescindere dalla data di redazione, rimane comunque un patrimonio culturale a disposizione della cittadinanza.

Al di là della novità dell'articolo, della velocità con la quale viene scritto e della sua lunghezza, un'altra regola fondamentale per la circolazione e la lettura degli articoli digitali è la scelta adeguata del titolo in base al contenuto dell'articolo. In questo senso, Carrada (2008) precisa che sul web la prima cosa che attira gli occhi ad apertura di pagina non sono le foto, come ci si potrebbe aspettare, ma i titoli testuali, in misura maggior quelli collocati a sinistra. L'altro elemento essenziale è il sottotitolo, perché fa da cerniera tra titolo e testo, e guida la lettura di un intero articolo. Tuttavia, Carrada (2008) aggiunge che sia nei titoli sia nei sottotitoli, la tendenza è di leggere solo le prime due o tre parole, le preferite anche dai motori di ricerca. Di conseguenza, la lunghezza a cui abbiamo fatto riferimento non si riferisce soltanto all'articolo ma anche al titolo, che oltre ad essere breve deve essere impattante e accattivante. Se il titolo non cattura l'attenzione del lettore, l'articolo potrà essere anche molto interessante ma verrà letto da poche persone. Un altro aspetto importante riguarda la dimensione estetica del sito. La cura del contenuto dovrebbe in effetti andare di pari passo con la cura del layout del testo. Siti giudicati esteticamente bellissimi ma con articoli di scarsa qualità possono generare più traffico rispetto a siti esteticamente "brutti" ma con i migliori articoli.

7.2. Giornalismo e immigrazione in Italia

Nell'ambito del Rapporto di ricerca dell'*Osservatorio Terza.com su informazione, pratiche giornalistiche e opinione pubblica*, viene proposto un contributo importante su *L'immigrazione e i media italiani*. Nonostante siano passati 16 anni dalla pubblicazione di tale rapporto, risulta ancora fortemente attuale. Partiamo proprio da alcune considerazioni di Morcellini (2004) per sottoporre alla lente di ingrandimento i contenuti dei media e le loro evidenti distorsioni rispetto alla variegata realtà in movimento dei panorami sociali. Nelle sue riflessioni, Morcellini considera la questione migratoria come un tema da "prima pagina" in virtù della "visibilità senza precedenti della figura dei migranti nelle culture urbane e mediali, con effetti spesso debordanti sulla retina sociale". Si nota, in effetti, "l'enorme incombenza di una presenza sociale, quella dei migranti, troppo spesso 'fuori luogo', perché condannata ad un'ormai anacronistica condizione di clandestinità rispetto non solo al territorio e ai con-

testi geografici (i paesi di provenienza e di destinazione), ma allo stesso spazio simbolico dei media e dei loro pubblici”.

Rispetto ad altri momenti storici, si deve infatti ai fenomeni di globalizzazione e alla centralità del sistema mediale un effetto determinante nel potenziare l'imponenza – reale e percepita – dei fenomeni migratori, in un gioco serrato di immagini e di reciproche proiezioni tra realtà e rappresentazione, oltre che tra punti di vista spesso antagonisti tesi a confrontarsi nello spazio pubblico. Una dinamica che vede i riflettori della comunicazione costantemente – e spesso impietosamente – puntati sui migranti, fino a farne attori di assoluto primo piano nella quotidiana “messa in scena” della società italiana e del suo cambiamento (Morcellini, 2004, p. 5).

Puntando il dito contro i mezzi di comunicazione, soprattutto quelli generalisti, Morcellini (2004, p. 6) osserva che risultano oggi responsabili di drammatici ritardi nell'aggiornare non solo i propri linguaggi e stili narrativi, ma lo stesso punto di vista rivolto su fenomeni e realtà il cui background è spesso di difficile conoscenza e “restituzione al pubblico”. Anche perché, secondo l'autore, “i codici etico-deontologici finora proposti si sono dimostrati inadeguati a promuovere un salto di qualità che esige anzitutto una più volitiva presa di coscienza da parte degli operatori: un cambiamento profondo dei valori e delle stesse culture dell'informazione, saldamente ancorato alla conoscenza dei fenomeni e ad una scelta consapevole di responsabilità sociale”.

La verità è che la cittadella mediale – a tutt'oggi e persino quando si fa portatrice di “buone pratiche” – continua a guardare ai migranti come a soggetti destinati a restare indecifrabili e *borderline* rispetto alle culture autoctone. Ancora una volta, “nuovi barbari” in terra straniera, da sospingere ai confini e ai margini; figure ingombranti, a cui si stenta ancora a riconoscere *piena soggettività culturale e cittadinanza nella comunicazione*. [...] Se si sceglie di agire sul terreno della cultura e della conoscenza reciproca, non è allora un'utopia credere che i media e l'informazione possano fare la loro parte. Di fatto, essi possono aiutare i nuovi migranti nel “mettere radici”. Il contributo alla sdrammatizzazione può anzi essere estremamente naturale, e per ciò stesso più efficace di qualsiasi orientamento pedagogico e goffamente prescrittivo. Più semplicemente, significa trasformare gli stranieri in vicini di casa; gli sbarchi in approdi; il “mestiere” di immigrato in un'autentica soggettività sociale; l'emergenza in elemento naturale del paesaggio della vita sociale (Morcellini, 2004, p. 11).

Sulla scia della cornice teorica appena illustrata, proponiamo ora alcuni esempi che confermano le posizioni di Morcellini. Nella prima parte di questo capitolo abbiamo fatto riferimento all'importanza del titolo come vettore attrattivo nelle testate giornalistiche.

Nei prossimi paragrafi partiremo proprio dai titoli dei quotidiani per suggerire un superamento dell'informazione, spesso fuorviante, usata quando si fa riferimento agli immigrati. Usiamo il concetto di "discriminazione comunicativa" riferendoci a tutte le strategie giornalistiche, intenzionali o non intenzionali, che ledono la dignità dei cittadini stranieri. Ricorderemo alcuni esempi tratti da uno studio precedente (cfr. Siebetcheu, 2006) e basati sui titoli del quotidiano *La Nazione*. La ricerca ha focalizzato l'attenzione sulla rappresentazione, attraverso l'analisi dei titoli (e dei contenuti degli articoli), dell'immigrazione nella stampa locale senese dagli anni Ottanta al 2002. La ricerca ha rivelato che la modalità usata nella scelta dei titoli si avvale di almeno due tecniche: la generalizzazione e l'identificazione escludente.

La 'generalizzazione' rientra nello stile comune giornalistico che fa riferimento ad alcune figure retoriche, come la sineddoche e la metonimia, che si basano rispettivamente su una relazione di carattere quantitativo e qualitativo. In questo caso, la cattiva sorte, la retrocessione sociale o l'irresponsabilità di un individuo sono attribuite a tutta la comunità, anche quella residente all'estero. Un interessante esempio per illustrare questa categoria è il titolo seguente: *'Ora il vu' cumprà a lezione di sesso'* (20/07/90 p.1). In realtà, nell'articolo si fa riferimento a un corso obbligatorio di educazione sessuale lanciato dal governo norvegese per i suoi immigrati. L'articolista non ha però esitato a prestare il termine 'vu' cumprà' ai suoi colleghi norvegesi.

L'identificazione escludente' è una strategia che chiama sicuramente in causa la regola delle 5W, nella fattispecie la componente 'Who', ma si tratta di un'identificazione parziale in quanto viene spesso usata come un'arma per discreditare i cittadini stranieri sia perché il riferimento alla nazionalità viene prevalentemente indicato quando i protagonisti sono immigrati, sia perché a volte il riferimento alla nazionalità è spesso fuorviante rispetto al contenuto dell'articolo. Siccome tutti i lettori non hanno sempre voglia e tempo di leggere i contenuti degli articoli, spesso i messaggi dei titoli, quasi sempre con una connotazione negativa, rimangono stampati nella mente dei 'lettori fugaci' con tutte le ricadute sociali che ne derivano. Come esempio di questa tecnica, proponiamo il titolo *'studente aggredito da coreani'* (19/8/91 p.10). Leggendo l'articolo, ci si rende conto che ad aggredire la vittima c'era anche un tedesco. Il titolo risulta quindi fuorviante. Alla luce del contenuto dell'articolo, un titolo del tipo *"Studente aggredito da ubriaconi"* sarebbe stato meno discriminatorio, ma nel contempo molto incisivo.

In alcuni casi questa 'identificazione escludente' assume anche

una forma di criminalizzazione dell'immigrazione, con tutti i rischi di allarmismi che ne possono derivare. Attraverso il titolo '*Furti nei negozi del centro, studenti serbi in manette*' (2/6/95 p. 1), viene confermata la strategia che tende ad indicare la nazionalità dei malviventi quando sono stranieri e a non specificare aggettivi di nazionalità o di origine geografica quando i protagonisti sono italiani. Lo vediamo nell'esempio '*Due ladri chiusi nel reparto stavano rubando medicinali*' (27/8/91 p. 1). In questo caso non viene specificata la nazionalità dei malviventi italiani. Queste scelte giornalistiche non ci risultano neutrali, anzi rischiano di alimentare ulteriormente il clima di distanza e di odio, che molti studi hanno già documentato in riferimento ai social (cfr. Petrilli, 2020; Ferrini, Paris, 2019).

Da queste scelte della Stampa, può nascere una distanza tra cittadini italiani e cittadini stranieri, distanza determinata da tre fattori: ignoranza, paura e concorrenza. La *distanza per ignoranza* si verifica perché gli stranieri sono poco e male conosciuti dagli autoctoni anche perché si continua a non formare adeguatamente la popolazione rispetto alla conoscenza dell'altro (in questo senso la scuola e i mass media hanno qualche responsabilità). Ricordiamo, ad esempio, il titolo seguente in riferimento agli immigrati africani: '*Lasciate la spiaggia andate dai gorilla*' (29/8/82 p.16). Un titolo, questo ultimo, che rappresenta l'Africa, tutta, come una 'foresta'. Nonostante questo titolo sia di 40 anni fa, ancora oggi nell'immaginario collettivo l'Africa è ancora un'area selvaggia piena di animali. E non ci risulta che i mass media abbiano dato un significativo contributo per cambiare questo stato di cose. La *distanza per paura* si verifica in Italia per la prima volta con "l'emergenza albanese" degli anni Novanta. Il flusso inaspettato di immigrati in quel periodo ha determinato una narrazione, da parte dei media, caratterizzata da tratti e toni 'estremi' con discorsi buonisti ma anche di tipo bellico, che hanno contribuito sia a responsabilizzare individui e collettività, sia a esasperare un clima psicologico di dramma. Ne sono la testimonianza titoli quali '*Immigrazione: e guerra sia*' (14/02/90 p. 2); '*Ritorno nel dramma*' (11/8/91 p.1); '*Non tolleremo altre invasioni*' (11/8/91 p.2). La *distanza per concorrenza* si riferisce alla rappresentazione dello straniero come colui che "ruba il lavoro agli italiani". I dati dicono però che gli immigrati non rubano il lavoro agli italiani, ma sono semplicemente disposti a svolgere mansioni che molti italiani non vogliono più fare. Il secondo motivo per cui non si può parlare di 'concorrenza' è legato al fatto che molto di questi immigrati disposti a svolgere mansioni di basso livello, sono spesso in possesso di diversi titoli di studio, tra cui laurea e Master, conseguiti nei loro paesi e/o in Italia. Titoli quali '*Niente immigrati*

in corsia', (25/07/90 p. 6) e *'Niente casa a chi è straniero'*, (11/11/00 p.1), anche se sono dei virgolettati, non sono sicuramente rispettosi nei confronti degli stranieri che rivendicano il diritto di cittadinanza, quest'ultima intesa non necessariamente come naturalizzazione ma come partecipazione attiva nella società civile. Ribadiamo che questi titoli fotografano la situazione di trenta – quaranta anni fa, ma la stessa retorica continua ad essere diffusa nel contesto attuale. Dimostrazione, questa, che dopo oltre 40 anni di immigrazione (praticamente due generazioni) il paese non ha creato le condizioni per un processo di cittadinanza partecipativa.

Questi pochi esempi confermano che la storia del rapporto tra mass media italiani e immigrazione è piuttosto travagliata. Questo rapporto non ha avuto un percorso lineare o omogeneo, all'opposto – come spesso accade con l'industria culturale – si è dispiegato in eventi e accidenti, in lunghe elaborazioni e brevi accelerazioni. Uno dei momenti più rilevanti è stato sicuramente il caso mediatico costituito dai fatti di Novi Ligure. Se per l'opinione pubblica questo ha rappresentato “semplicemente” un forte, e forse memorabile, fatto di cronaca – insieme caso giudiziario e sociologico, fatto angosciante e giallo poliziesco – per la professione giornalistica ha rappresentato una rottura (Binotto, Martina, 2004).

Gli esempi appena illustrati consentono comunque di sviluppare maggior consapevolezza rispetto alla storia molto recente del nostro giornalismo e in particolar modo della stampa locale, quella più legata al territorio. Partendo da questi esempi, che purtroppo sono ancora ricorrenti della società attuale, l'obiettivo è quello di ripensare il giornalismo locale del futuro. In realtà, collegandoci ai fenomeni migratori, molti cittadini stranieri di due decenni fa sono diventati nel frattempo italiani e la nostra società andrà sempre più verso la direzione di una cittadinanza italo-globale, che associamo anche ai cittadini italiani di origini straniere. Secondo le [previsioni dell'Istat](#), nel 2065 21 milioni di cittadini saranno di origine straniera (di cui 14 milioni residenti stranieri e 7 milioni i cittadini italiani naturalizzati). Se non vogliamo disorientare almeno un terzo del paese con notizie inadeguate e non veritiere, non conviene più (ma non conveniva neanche prima) rifugiarsi dietro a notizie allarmistiche e gonfiate con il semplice scopo di vendere il giornale o di seguire la propria ideologia.

7.3. I giornalisti di origine straniera

Dell'Italia si continua a dire che è un Paese di recente immigrazione, anche se il fenomeno migratorio si avvia a compiere cin-

quant'anni. "In verità relativamente recente è la presa di coscienza collettiva, sia nell'opinione pubblica che nelle istituzioni e nel mondo del giornalismo, della stabilità del fenomeno e delle conseguenti necessarie politiche per l'inserimento sociale, la tutela e l'allargamento dei diritti dei migranti, dei profughi e delle minoranze" (Cospes *et alii*, 2001, p. 78). In riferimento alla presenza delle testate curate dagli immigrati in Italia (o dai cittadini italiani di origine italiana), sulla base del database delle testate multiculturali rilevate dall'Ong COSPE attraverso il sito www.mmc2000.net (MMC), nel 2012 erano presenti 180 testate giornalistiche interculturali in Italia. Il progetto Media e Multiculturalità, che fu il primo in Italia a produrre le prime mappature a livello nazionale sulle iniziative di informazione multiculturale, s'interruppe purtroppo nel 2014 dopo 14 anni di attività. Nonostante non siano più disponibili i dati aggiornati relativi ai giornalisti di origine straniera e alle testate giornalistiche guidate dai cittadini stranieri, partendo dai dati di MMC possiamo notare che grazie alla presenza dei professionisti stranieri molte testate optano per il plurilinguismo pubblicando in diverse lingue facendo così una scelta culturale molto forte e lodevole in un momento in cui l'Italia continua ad occupare le ultime posizioni in riferimento alla conoscenza delle lingue in Europa. Questi media affrontano le tematiche sociali,

Riconoscimento giornalisti stranieri

Oltre ai cittadini comunitari, anche ogni cittadino straniero che ne faccia richiesta può chiedere, in attuazione del D.P.R. 394/99 (regolamento di attuazione del Testo Unico sull'immigrazione D.Lgs. n. 286 del 25 luglio 1998), il riconoscimento del proprio titolo professionale ai sensi della direttiva 2005/36/CE e del decreto legislativo di recepimento n. 206 del 9 novembre 2007.

culturali, sportive nonché quelle relative all'attualità politica italiana e dei loro paesi. Vengono distribuiti su scala nazionale e si possono trovare presso *call center*, centri di aggregazione, luoghi di culto, rappresentanze diplomatiche, ecc. I media multietnici cercano quindi di risolvere i problemi legati alle notizie poco trasmesse dai media italiani o trasmesse a volte con una forte dose di stereotipi. È opportuno rilevare che nonostante la forte diffusione delle lingue immigrate in questi media, nell'80% dei casi viene usata anche la lingua italiana. Dimostrazione, questa, che l'italiano rimane un importante strumento di informazione, di formazione e integrazione. Riguardo alla visibilità, nel 2009 alcuni giornalisti stra-

nieri hanno creato l'[ANSI](#) – Associazione Nazionale Stampa Interculturale per dare voce agli immigrati e offrire supporto ai giornalisti e aspiranti giornalisti stranieri. Nel 2011 è stata fondata l'[Associazione Carta di Roma](#), per dare attuazione al protocollo deontologico per una informazione corretta sui temi dell'immigrazione.

Tuttavia, allo stato attuale, manca un progetto culturale orientato alla diversità nell'ambito del giornalismo italiano, nonostante la presenza di un numero sempre più crescente di giornalisti e operatori della comunicazione che hanno il dovere professionale di informare e nonostante la presenza di oltre 5 milioni di immigrati che hanno il diritto di essere informati in modo adeguato. Lungi da noi la volontà di trasmettere l'idea di un giornalismo dell'immigrazione esclusivamente composto e creato da giornalisti stranieri e rivolto a un pubblico straniero, scelta che non farebbe altro che creare dei ghetti culturali amplificando di conseguenza la discriminazione e la separazione dalla società reale tutta. La nostra riflessione si inserisce invece nella logica della libertà di informazione in un contesto come il nostro caratterizzato dalle identità multiple e meticce che rivendicano il diritto di riconoscersi culturalmente nell'informazione diffusa dalle principali testate giornalistiche nazionali. A questo proposito, nell'ambito di una ricerca condotta dalla giornalista Silvia Godano (2020), sono emersi tra i principali temi analizzati la difficile cornice legislativa per i giornalisti stranieri in Italia, il lavoro, spesso invisibile o comunque non adeguatamente tutelato, dei cosiddetti **media etnici** e la tortuosa collaborazione con i **media mainstream** “che continuano a rappresentare il migrante in termini stereotipati e in un contesto emergenziale sfruttando le dinamiche dell'imprenditoria della paura [...] E questo nonostante il parere espresso nel 2005 dal Ministero della Giustizia che equipara i giornalisti stranieri ai giornalisti italiani”. Godano (2020) aggiunge che “in molti casi i giornalisti di origine straniera non vengono interpellati nella costruzione della notizia sull'immigrazione, oppure vengono interpellati per suffragare uno stereotipo: non si sentono quindi presi sul serio come professionisti”. In riferimento al cosiddetto **giornalismo etnico**, esso consente alle diverse comunità immigrate di coesistere l'una accanto all'altra, ma non crea le condizioni affinché gli immigrati “riescano a far sentire la loro voce nel dibattito pubblico più ampio”, precisa Godano (2020).

Considerati gli obiettivi formativi di questo ebook e la necessità, ribadita più volte, di creare una specie di simbiosi tra i mittenti-giornalisti e i destinatari-lettori, ci sembra interessante considerare la sfida inclusiva del giornalismo nei confronti dell'immigrazione, anche per superare quanto è stato osservato in questo capitolo ri-

petto ai limiti del giornalismo. Un messaggio conciliante da far passare sul tema media e immigrazione nell'attuale contesto globale sempre più esigente è da una parte evitare “nicchie che non comunicano tra di loro”, attraverso la moltiplicazione delle testate a vocazione etnica, per orientarsi verso un “**giornalismo alternativo**” che consente il dialogo linguistico-culturale tra le varie comunità immigrate e la comunità ospitante. Godano (2020) ricorda, ad esempio, l'agenzia di stampa Pressenza, che oggi pubblica in ben dieci lingue (italiano, inglese, tedesco, francese, spagnolo, portoghese, ungherese, catalano, turco e greco) e vanta una redazione interculturale e internazionale. È interessante sottolineare che questa agenzia di stampa, di anima italiana ma di ampio respiro internazionale, non si limita a tradurre rigidamente le stesse notizie in tutte le lingue come sarebbe più semplice fare e come è prassi comune in molti siti giornalistici. L'originalità nasce dalla scelta di proporre degli articoli in diverse lingue, adattati agli interessi culturali del pubblico delle rispettive lingue. Ad esempio le notizie in francese si riferiscono alla Francia, ai paesi francofoni e a tutti i paesi, anche non francofoni che possono interessare il pubblico francofono. Le notizie in inglese si riferiscono agli Stati Uniti e agli altri paesi anglofoni, ma anche in questo caso agli altri paesi che possono avere un legame diretto con il mondo anglofono. Naturalmente tutte le notizie internazionali ritenute di grande attualità sono proposte in diverse lingue. Questo sistema consente da una parte ai lettori monolingui di leggere le notizie nella lingua che preferiscono, con il taglio culturale desiderato; e ai lettori poliglotti di passare da una lingua a un'altra arricchendosi linguisticamente e culturalmente. Se il giornalismo della l'era digitale e globale ha il compito di motivare e raccontare le notizie secondo le esigenze dei lettori, questi ultimi spesso non facilmente raggiungibili perché non fruiscono dei media *mainstream*, la modalità di Pressenza ci sembra un esempio da seguire. Per promuovere il giornalismo alternativo in Italia, giovani o aspiranti giornalisti possono, ad esempio, essere invitati a svolgere i loro tirocini formativi in redazioni giornalistiche interculturali attente alla diversità e alla diffusione di notizie chiare e sprovviste di riferimenti stereotipati.

CAPITOLO 8. LA DIVULGAZIONE SCIENTIFICA

Piero Angela, considerato come una delle figure di spicco della divulgazione scientifica in Italia, proponendo una riflessione su *Le vie della divulgazione scientifica* fa notare che divulgare vuol dire, *tradurre*, o meglio “tradurre dall’italiano in italiano”. Piero Angela (2009) associa quindi subito il tema della divulgazione scientifica a quello della comprensione. In questa parte ci permettiamo di partire da alcuni spunti tratte dalle considerazioni di Piero Angela (2009). Confronteremo successivamente le posizioni di Piero Angela con quelle di una linguista, Simonetta Montemagni, che analizza la trasmissione dei contenuti scientifici dal punto di vista linguistico. Ci sembra interessante, in questa sede, proporre questo dialogo a distanza tra chi si occupa di divulgazione scientifica in quanto professione e chi ne occupa invece in quanto oggetto di studio. L’intento è quello di dare una visione, si spera, più completa a studenti e giovani professionisti della scrittura (nella fattispecie scrittura di divulgazione scientifica).

8.1. La divulgazione scientifica secondo un divulgatore scientifico

Per definire la divulgazione scientifica, Piero Angela propone un’affermazione del biologo inglese Peter Brian Medawar che esortava i suoi studenti a “evitate di far percorrere, ai vostri lettori, una distesa di vetri rotti a piedi nudi”. Se la divulgazione scientifica è un’attività di comunicazione su temi scientifici rivolta al grande pubblico, essa deve necessariamente fondarsi su due principi: l’**accessibilità** e la **comprensibilità**. Quindi nel momento in cui la trasmissione delle modalità di funzionamento di alcuni fenomeni scientifici raggiunge difficilmente le persone comuni oppure le raggiunge ma non viene compresa, perde la sua funzione di divulgazione scientifica. È opportuno distinguere la semplicità come valore fondante del linguaggio divulgativo dalla locuzione aggettivale “di divulgazione” a cui viene attribuita un valore dispregiativo visto che rimanda qualcosa di “eccessivamente semplice, di scarso

valore scientifico: editoria di consumo e di divulgazione” (Nuovo De Mauro online). Intendiamo quindi ribadire che la semplicità a cui facciamo riferimento in questa sede ha un valore positivo e non ha niente a che fare con la svalorizzazione del contenuto scientifico dei testi. In questa ottica, ritornando al consiglio di Peter Brian Meddawar ai suoi studenti, Piero Angela (2009) osserva che “purtroppo molti testi importanti sono spesso cosparsi di vetri rotti, spine, aculei, acidi corrosivi, che fanno inutilmente soffrire (e spesso anche allontanare) il lettore”. Lungi dal vietare l’uso di un linguaggio troppo tecnico, Piero Angela precisa che:

Va benissimo che gli esperti parlino tra loro in modo specialistico [...] anzi è doveroso l’uso di un certo linguaggio nella propria cerchia professionale, in quanto ogni parola ha un significato ben preciso. Ma le cose vanno in modo diverso quando ci si deve rivolgere a persone che non hanno lo stesso tipo di specializzazione, anzi, che sono incompetenti nella materia.

Un altro chiarimento da fare è che per “grande pubblico” non si intende soltanto le persone poco istruite con un profilo socio-culturale basso (anche se nella fisiologia delle nostre società sono più numerosi), ma fa riferimento anche le persone intellettuali. Anche per queste ultime seppur maggiormente predisposte a capire testi scientifici il problema della comprensione si pone nel momento in cui il tema trattato è diverso e lontano dalla loro specializzazione. Il linguaggio specialistico non deve quindi essere un pretesto per tagliare fuori i cittadini da certe conoscenze, altrimenti “si rischia di essere amputati di una parte importante delle capacità di capire le infinite connessioni che, in particolare, la scienza (e anche la tecnologia) continuamente crea all’interno della società e della stessa cultura” (Piero Angela, 2009). Da queste considerazioni osserviamo che un paese senza divulgazione può anche essere ricco scientificamente ma è sicuramente povero culturalmente nel senso che la conoscenza scientifica, alla portata di pochi, non viene tradotta in altri termini per essere messa a disposizione della maggioranza della popolazione. È anche in questa ottica che “nelle scuole, purtroppo, si insegnano le scienze, ma non la scienza, intesa come metodo, come approccio ai problemi e ricerca delle soluzioni”. Il fatto che viene ribadito in questo capitolo conferma l’assenza di una vera e propria politica culturale orientata alla diffusione della conoscenza e l’intento di rendere i cittadini meno partecipi rispetto al sapere scientifico. La difficoltà, spesso attribuita al linguaggio scientifico non è dunque da intendersi solo come una caratteristica intrinseca di questo linguaggio, ma spesso anche con il vizio di non volere parlare e scrivere chiaro. In questa ottica, “imparare a divulgare, è

come imparare una lingua straniera: occorre studiare, esercitarsi e naturalmente avere attitudine per questo particolare modo di parlare e di scrivere. Perché è più difficile essere facili”.

Ma è un conto ‘rifiutarsi’ di condividere con il grande pubblico alcune nozioni della vita scientifica rendendo così la popolazione culturalmente povera, è invece un’altra questione violare le regole di civiltà scegliendo una comunicazione oscura anche quando si tratta di dare consegne, ad esempio, rispetto all’uso degli strumenti tecnologici che grazie allo sviluppo scientifico la nostra società è riuscita a beneficiare. Un libretto di istruzione molto lungo e con caratteri microscopici (non è una buona notizia per i nostri anziani) non è sicuramente un bel biglietto da visita per invitare a usare smartphone, lavatrici, ecc., strumenti che fanno parte della quotidianità di tutti. In attesa che il nostro sistema formativo (scolastico e universitario) riesca a creare le condizioni per rialzare i livelli culturali, ancora molto bassi rispetto ad altri paesi europei come abbiamo illustrato nei capitoli precedenti, chi manda i messaggi scientifici nelle nostre case (soprattutto in riferimento agli strumenti di uso quotidiano), deve avere l’umiltà intellettuale e culturale di tenere conto del profilo delle famiglie italiane. Facciamo riferimento alle famiglie da Nord a Sud, residenti in città o in campagna e con persone con bassi o altri livelli linguistici. In realtà, “gli autori di libretti di istruzione (ma non solo loro) scrivono invece senza avere di fronte il destinatario o, meglio, i destinatari tra i quali ci sono persone molto diverse, che avrebbero bisogno di linguaggi differenti (e magari di versioni diverse del libretto). Un buon linguaggio divulgativo però funziona bene per tutti [anche di fronte a un pubblico molto differenziato per livello educativo, competenze, interessi] e può rappresentare quel territorio comune in cui ognuno può ritrovarsi (magari con note aggiuntive a piè di pagina per gli esperti)”.

In riferimento alle caratteristiche e al profilo ideale del divulgatore scientifico, dal saggio di Piero Angela (2009), emerge che la chiarezza del linguaggio e l’emotività unite insieme possono aprire la strada alla comprensione e all’apprendimento. L’autore fa riferimento ad alcuni concetti quali “accendere il cervello”, “creare emozioni” “coinvolgere il lettore”, “suscitare curiosità”, “integrità scientifica”, “non dare niente per scontato” “etica e correttezza scientifica”.

Un punto cruciale della scrittura divulgativa è che non basta essere chiari, bisogna riuscire a coinvolgere l’emotività. In modo diverso naturalmente, ricorrendo a tecniche più nobili, percorrendo strade più indirette, ma avendo sempre come bersaglio strategico l’‘accensione’. Perché se non si attivano i centri che regolano l’attenzione non si verifica, nella corteccia cerebrale, quella situazione biochimica adatta a suscitare (e a mantenere) l’interesse.

E ancora

A creare emozioni, infatti, è anche lo stile di chi scrive, la sua capacità di coinvolgere il lettore, di suscitare il desiderio di continuare ad andare avanti. Insomma è anche il giornalista (o lo scrittore) che riesce ad ‘accendere’ il cervello. A volte persino su argomenti non particolarmente emotivi che non appartengono alle famose ‘S’ [sesso, sangue, soldi, salute, sport], ma che vengono resi emotivi grazie al modo in cui sono raccontati.

In questo ebook abbiamo più volte fatto riferimento alla sfida dei giornali, o meglio della ‘crisi’ che stanno vivendo in questa era digitale, proprio a causa delle nuove modalità di informazione e i nuovi interessi della popolazione. La divulgazione scientifica non è naturalmente immune dalle esigenze di questo vento della comunicazione digitale, anche perché i dati presentati in questo lavoro segnalano una certa distanza degli italiani rispetto ai testi scientifici. Ciò significa che la divulgazione scientifica ha una doppia sfida/barriera: avvicinare i cittadini all’informazione in generale e all’informazione scientifica in particolare. Per questo motivo, il divulgatore deve suscitare “la curiosità, il desiderio di conoscere, il piacere di scoprire” e “usare tutti gli strumenti a sua disposizione: creatività, esempi, aneddoti, metafore, racconti, grafiche, animazioni e anche umorismo” in modo da poter stabilire un rapporto umano, ma anche per “colpire l’emotività e aprire un canale di comunicazione”. Non servono quindi soltanto le parole scritte, ma ad esse vanno associati stili grafici, colori, immagini (come ad esempio le vignette), suoni, riferimento all’innovazione tecnologica e a tutti i suoi dispositivi ecc. che hanno una funzione integrativa e ridondante in modo da rendere semplici concetti che risultano più complessi. Anche se i giornali non devono avere come unico obiettivo la vendita del maggior numero di copie, è opportuno segnalare che la scelta di usare un linguaggio divulgativo creativo, stimolante e coinvolgente consente non solo di diffondere le informazioni trasmesse ma anche di mantenere in vita la testata che cura questi programmi. La funzione primaria della divulgazione scientifica non è neanche quella di elogiare il lavoro degli scienziati (anche se non sarebbe scorretto pensarlo) ma soprattutto di fare della conoscenza scientifica uno strumento per vivere meglio in questo mondo che dominiamo ma di cui non siamo maestri esclusivi. Gli ‘scherzi’ della natura, come ad esempio l’emergenza determinata dal Coronavirus che ha costretto tutto il paese al confinamento per diversi mesi, ne è la dimostrazione.

Questa breve definizione del concetto di divulgazione scientifica ci consente di proporre una riflessione un po’ più specifica

rispetto al ruolo della linguistica. Lo stesso Piero Angela riconosce che “la diffusione di una cultura scientifica in Italia, lo sappiamo, soffre di antichi mali dovuti a uno schiacciante dominio della cultura letteraria. In Italia quasi non si pone il famoso problema delle ‘due culture’ [scientifica e letteraria] talmente è sproorzionato il peso di quella letteraria”. Questa tendenza è confermata anche dai dati recenti. In realtà, in un contesto globale dove i sistemi universitari puntano sui corsi di laurea cosiddetti STEM ovvero (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*), secondo le previsioni di [UnionCamere](#) i titoli di studio più richiesti sulla base del fabbisogno totale 2019-2023 si riferiranno rispettivamente ai seguenti ambiti: Medico-sanitario; Economico; Ingegneria; Giuridico; Insegnamento e formazione; Politico-sociale ; Letterario; Architettura; Linguistico; Scientifico, matematico e fisico; Psicologico; Chimico-farmaceutico; Geo-biologico e biotecnologico; Agroalimentare; Statistico. Come possiamo notare, se escludiamo l’ambito sanitario e dell’ingegneria, gli altri settori Scientifico, matematico e fisico, chimico, statistico non occupano posizioni privilegiate nella graduatoria. L’ambito letterario è in settima posizione ma comunque preceduto da settori appartenenti alle scienze umanistiche come la formazione e le scienze sociali. Oltre ad essere i titoli di studio e gli ambiti professionali più richiesti, nei prossimi anni questi settori possono anche fotografare il bisogno scientifico della nostra società. Un bisogno scientifico che si traduce con la necessità di fare della divulgazione un modo per accompagnare la cittadinanza, ricca e differenziata linguisticamente e culturalmente, a sviluppare maggior consapevolezza e conoscenza rispetto alla scienza grazie al linguaggio nel senso lato. In realtà, dobbiamo riconoscere che la difficoltà dei testi scientifici non è da imputare solo agli scienziati che in molti casi si sforzano di condividere le loro scoperte e esperienze per evitare che rimangano ‘scoperte e esperienze mute’. Il problema è che serve una competenza linguistica specifica per divulgare e raccontare la scienza. A questo proposito il paragrafo seguente ci fornisce degli elementi per poterlo fare.

8.2. La linguistica al servizio della divulgazione scientifica

Secondo Grandi e Masini (2020) la linguistica, più di altre scienze, può giocare un ruolo centrale anche nella riflessione sulle modalità più adatte a divulgare le scienze, non solo quelle cosiddette ‘dure’ e naturali, ma anche quelle sociali e umane.

Può farlo innanzitutto attraverso le ricerche sulle varietà di lingua: gli studi sui linguaggi specialistici, che includono anche i linguaggi scientifici, sono infatti essenziali per mettere a punto un linguaggio non specialistico, accessibile al grande pubblico. E può farlo attraverso i sistemi di analisi computazionale della lingua: la costruzione di corpora linguistici di grandi dimensioni e lo sviluppo di strumenti raffinati per l'analisi automatica di enormi quantità di dati offrono oggi la possibilità di 'misurare' in modo oggettivo la lingua della divulgazione, non solo in termini di leggibilità (Grandi, Masini, 2020, p. 6)

Partendo da questa cornice definitoria, Montemagni (2020, pp. 79-80) puntualizza che “comunicare la cultura scientifica – intendendo qui non solo le scienze naturali ma anche le scienze umane e sociali – a un vasto pubblico, non circoscritto agli esperti di dominio, richiede il ricorso a modalità comunicative appropriate a divulgarla, riguardanti sia il livello terminologico-lessicale sia quello morfologico e sintattico (pp.79-80). La stessa autrice, allacciandosi alle considerazioni di Cortelazzo (1994), ricorda, nella comunicazione scientifica si osservano due principali dimensioni di variazione: “una orizzontale, che individua settori e sotto-settori disciplinari, e una verticale, all'interno della quale si distinguono i diversi livelli in cui la lingua della scienza può essere usata, a seconda delle situazioni comunicative [variazione diastratica e diafasica] e delle tipologie testuali, dando luogo a diversi gradi di specializzazione”

A seconda della situazione all'interno della quale si colloca la comunicazione specialistica e delle sue finalità, si possono dunque riconoscere sottovarietà di una stessa lingua speciale. Da questa prospettiva, la nozione unitaria di linguaggio settoriale si frammenta: a seconda che si tratti di comunicazione legata all'elaborazione del sapere o all'apprendimento o alla sua applicazione o alla sua divulgazione, le strategie linguistiche messe in atto a vari livelli (tipicamente terminologico-lessicale ma anche morfo-sintattico e sintattico) per convogliare gli stessi contenuti variano in modo significativo (Montemagni, 2020, pp. 80-81).

Queste considerazioni ci fanno notare che occorre distinguere il linguaggio della *Divulgazione* da quello della *Manualistica* e della *Letteratura specialistica*. Rimandando al testo di Montemagni (2020) per ulteriori approfondimenti, in questa sede ci limitiamo a ricordare alcune strategie e caratteristiche lessicali e sintattiche segnalate dall'autrice. Sulla base delle sue analisi, assumendo la lunghezza media del periodo e la lunghezza media delle parole quali misure che approssimano rispettivamente la complessità sintattica e lessicale di un testo, Montemagni (2020) ricorda due andamenti speculari: “sul versante sintattico, i testi divulgativi sono caratteriz-

zati da periodi più lunghi e presumibilmente più articolati sintatticamente, mentre la Letteratura Specialistica sembra fare ricorso a un periodare più breve e compatto e al contempo caratterizzato da maggiore variabilità. Sul versante lessicale, i testi specialistici contengono parole mediamente più lunghe, mentre i testi divulgativi sono caratterizzati da parole mediamente più corte” (Montemagni, 2020, pp. 88-89). Facendo riferimento al VdB, di cui abbiamo già illustrato i tratti caratteristici, i dati di Montemagni rivelano che nel sotto-corpus divulgativo si registra la maggiore percentuale di parole appartenenti al VdB e, al suo interno, appartenenti al lessico Fondamentale (FO). Le parole di Alto Uso (AU) e ad Alta Disponibilità (AD), al contrario, risultano maggiormente attestate nella Letteratura Specialistica.

Tabella 3. Composizione del vocabolario del corpus specialistico rispetto al Vocabolario di Base

	<i>Percentuale token appartenenti al VdB</i>	<i>Distribuzione token rispetto ai repertori d'uso del VdB</i>		
		%FO	%AU	%AD
<i>Linguistica</i>				
Divulgazione	85,43	77,04	13,12	9,84
Manualistica	76,52	73,08	14,62	12,30
Lett_Specialistica	70,08	70,67	15,14	14,20
<i>Astronomia</i>				
Divulgazione	81,94	72,76	15,59	11,65

Fonte: Montemagni (2020, p. 88)

“Focalizzandoci sulla lingua della divulgazione scientifica, si osserva una minore incidenza dei tratti tipici della lingua della scienza: sul versante della *Precisione*, si registra un minore ricorso a terminologia specialistica e una maggiore ricorrenza di forme indefinite; per quanto riguarda la *Condensazione*, si osserva un uso significativamente ridotto di nominalizzazioni e di proposizioni subordinate infinitive; il minore livello di *Deagentivizzazione* emerge da fattori diversi, costituiti dalla minore ricorrenza di costruzioni passive e di nominalizzazioni a cui si accompagna una maggiore frequenza di soggetti e oggetti in costruzioni attive. [...] Nel passaggio dalla lingua della Letteratura Specialistica a quella della Divulgazione scientifica un ruolo importante è svolto dalla Manualistica che occupa una posizione intermedia, che spesso si avvicina maggiormente alla Letteratura Specialistica pur mantenendosi distinta. Per

Macro-aree scelte linguistiche testi scientifici

Precisione: uso terminologie specialistiche che permettono l'individuazione univoca del referente;

Concatenazione: uso di connettivi frasali e testuali;

Condensazione: uso di nominalizzazioni o di proposizioni forme non finite del verbo;

Deagentivizzazione: ricorso a nominalizzazioni, a forme verbali passive o proposizioni infinitive

quanto la lingua della divulgazione presenti i tratti peculiari della lingua della scienza in misura ridotta, è interessante rilevare che essa non è assimilabile alla lingua comune rappresentata in questa sede dal linguaggio giornalistico e dalla narrativa, e costituisce senza alcun dubbio una specifica varietà d'uso della lingua della scienza” (p. 100)

Se Piero Angela (2009) ha definito la divulgazione scientifica come una vera e propria traduzione, ovvero una “traduzione intralinguistica o riformulazione”, per riprendere il concetto di Jakobson, Montemagni (2020) precisa che essa non può essere ridotta a un mero processo di traduzione ma “richiede una riformulazione del modo in cui i contenuti sono convogliati”. Ma ci sembra di poter sostenere che le due posizioni non entrano in conflitto anzi hanno

in comune una visione e missione comune, quella di divulgare la scienza non in modo banale e univoco, ma considerando le molteplici e infinite esigenze del grande pubblico. Un'esigenza reale e concreta è quella determinata, ad esempio, dall'emergenza sanitaria che ha colpito il nostro paese e il nostro pianeta. Ci proponiamo di osservare come la divulgazione ha funzionato e soprattutto come ha raccontato la pandemia.

8.3. La divulgazione scientifica online ai tempi del Covid-19

Nei capitoli precedenti abbiamo fatto riferimento alle ricadute della tecnologia sulla scrittura giornalistica per effetto del cambiamento di paradigma dovuto all'evoluzione della nostra società. Tuttavia, se l'informazione tradizionale ha dato e continua a dare l'impressione di 'subire' gli effetti della tecnologia (lo dimostra il difficile processo per conquistare i lettori, come abbiamo documentato), l'emergenza sanitaria del Covid-19, al netto dei suoi devastanti effetti negativi sulla popolazione, ha fatto della tecnologia non più

un supporto facoltativo bensì uno strumento obbligatorio. Facendo riferimento alla scuola, secondo Franchini (2020), l'attuale contingenza può rappresentare un'opportunità straordinaria, per ripensare le variabili del cosiddetto **curricolo implicito**: spazi, tempi, raggruppamenti. L'emergenza pandemica potrebbe pertanto funzionare da inedito amplificatore (o acceleratore) del cambiamento, certamente partendo da motivazioni igieniche, ma raggiungendo ben presto il piano delle istanze pedagogiche e didattiche.

La dislocazione di spazi fisici e virtuali, la collaborazione in presenza e a distanza, l'utilizzo intelligente di tecnologie dovrebbero consentire di affrontare l'attuale emergenza in un'ottica non difensiva, ma attiva e creativa, non limitando le opportunità educative, ma amplificandole a dismisura. Flessibilità organizzativa e modello blended aiuteranno a non vedere i cambiamenti come una pura risposta al virus, ma come il futuro dell'istituzione educativa, capace di non fermarsi a mere regolamentazioni attuate nel nome della sicurezza, ma di rilanciare e trasformarsi, immaginando un nuovo modello organizzativo, nel nome dell'educazione e del successo formativo. Insomma, non si tratta semplicemente di amministrare una crisi, ma di trarre da essa quelle indicazioni che ci portano avanti, invece di difendere lo status quo. Come affermava Albert Einstein, la crisi è sempre un'opportunità ([Franchini, 2020](#)).

Durante la fase acuta dell'emergenza sanitaria determinata dal confinamento, sono nate (o si sono perfezionate) nuove abitudini (quale il distanziamento fisico), nuovi slogan (*#IoRestoACasa*; *#Andrà tutto bene*, ecc.) e nuove modalità di lavoro (*smart working*, *home working* o più semplicemente 'lavoro agile') e di studio / insegnamento (didattica a distanza). Per forza di cose, queste nuove abitudini hanno aumentato il tempo trascorso online da parte dei cittadini italiani. Come possiamo osservare dalla figura 13, durante i mesi di marzo e aprile 2020, periodo riconducibile alla fase acuta della pandemia, e quindi al confinamento, gli italiani hanno speso buona parte del loro tempo online. Come si evince dai dati Audiweb, ad aprile, mese più rigido dal punto di vista delle misure preventive, il tempo speso online è vistosamente aumentato. Ad occupare prevalentemente gli italiani erano i film e i videogiochi, rispettivamente con 8h 47 minuti e 11h29 minuti. Le categorie relative all'informazione giornalistica intrattenevano gli italiani per 1h 56 minuti o 54 minuti rispetto alle informazioni governative. Il tempo dedicato alla formazione era di 1h19 minuti. Partiremo proprio da questa ultima categoria per analizzare la situazione della divulgazione scientifica durante il periodo della pandemia.

Figura 13. Tempo speso su alcune sotto-categorie di siti durante la fase acuta della pandemia



Fonte: [Audiweb](#)

8.3.1. Dai percorsi formativi alle diatribe mediatiche

Dal 1960 al 1968, la RAI, attraverso il maestro Alberto Manzi ha condotto il programma televisivo *Non è mai troppo tardi*. Un corso di istruzione popolare per il recupero dell'adulto analfabeta. Grazie a questa trasmissione, la lingua italiana è entrata nelle case degli italiani ed è stata insegnata a milioni di persone. Si stima che quasi un milione e mezzo di persone abbiano conseguito la licenza elementare grazie a tale programma. Riflettendo sul ruolo della televisione nella didattica, è importante ricordare che la televisione italiana è passata dall'essere alla sua nascita un "modello" e una "maestra di lingue" (De Mauro, 1963) dell'italiano orale, che contribuì a diffondere, considerando la situazione di analfabetismo e dialettologia in quel periodo, ad assumere successivamente negli anni Settanta il ruolo di "specchio" dell'italiano contemporaneo (Simone, 1987). Sessanta anni dopo *Non è mai troppo tardi*, la televisione italiana entra di nuovo in gioco per affrontare un'altra emergenza¹, quella

¹ In realtà la televisione ha già dato in passato varie risposte alle rivoluzioni sociali che hanno trasformato la nostra società. Si pensi ad esempio ai programmi televisivi dedicati alla formazione linguistica a favore degli immigrati.

legata alla pandemia del Covid-19, che ha costretto la televisione ad accelerare il processo di alfabetizzazione digitale dei telespettatori. Durante questo periodo di emergenza sanitaria, la RAI (ma anche gli emittenti privati) ha dovuto rivoluzionare il suo palinsesto, sia attraverso la soppressione di numerosi programmi, per rispettare le norme previste dai vari decreti governativi, sia attraverso la realizzazione di nuovi programmi. Nel caso specifico della scuola e della formazione in generale, [RaiCultura](#) e [RaiScuola](#) hanno proposto nuovi contenuti culturali, divulgativi ed educativi per accompagnare studenti, docenti e famiglie durante la pandemia. Dal 9 marzo, ad esempio, sono state realizzate puntate di “Scuola@casa” all’interno della nuova sezione [Scuola2020](#). Nuovi spazi sono stati dedicati in particolare alle materie scientifiche. In riferimento alla divulgazione, ricordiamo *Newton*, programma di approfondimento e informazione scientifica. A differenza di sessanta anni fa, oggi grazie alla Web TV, l’informazione televisiva può essere seguita ovunque a partire dal Personal Computer o dai dispositivi mobili (Smartphone, Tablet, ecc.). Tutte le caratteristiche dell’informazione digitale a cui abbiamo fatto riferimento in precedenza e che sono determinanti per attrarre gli utenti, sono contenute nelle piattaforme televisive RAI (riferimento a testi scritti, audio e video; collegamenti ipertestuali, interazione scritta o orale attraverso vari strumenti digitali come ad esempio i social).

Ma durante la pandemia i mezzi di comunicazione non sono sempre stati un’opportunità, anzi hanno spesso generato confusione. In realtà, secondo Lorusso (2018) “la più rilevante novità di oggi sta nella generalizzazione delle “agenzie” di verità. Oggi chiunque sembra autorizzato a produrre la sua versione della verità [...] In questo mondo di verità moltiplicate, non si sente più la necessità di una legittimazione istituzionale (anzi: è proprio ciò che si vuole combattere), e questo moltiplica le versioni possibili”. È proprio sulla scia di queste considerazioni che nel periodo della pandemia si è diffuso il concetto di “**Infodemia**”, definito dalla Treccani come la “circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, talvolta non vagliate con accuratezza, che rendono difficile orientarsi su un determinato argomento per la difficoltà di individuare fonti affidabili”. D’Avenia (2020) sintetizza questa definizione associata all’*infodemia* con una fortunata metafora: “Le notizie non puntano alla verità ma alla viralità” (D’Avenia, Corriere della Sera, 4 maggio). Per Lorusso (2018) questo neologismo s’inscrive (insieme alle *fake news*) nella narrazione del generale concetto della **post-verità** dove tutti sono autorizzati ad esprimere la propria verità su una determinata questione. Nel suo libro, uscito due anni prima dell’emergenza

Covid-19, Lorusso (2018) fa riferimento alla questione dei vaccini che come noto ha fatto scorrere fiumi d'inchiostro. Rispetto a quella circostanza, osservava che

le fonti istituzionali (cioè mediche) sono messe sullo stesso piano delle fonti casuali che non hanno alcuna specifica competenza, e così si genera un *regime confusivo* in cui molte verità diverse convivono nello stesso spazio pubblico senza particolari segni di distinzione, senza particolari gerarchie. In questo *regime confusivo*, il problema non è che si dica “la verità non esiste”, ma che ciascuno sostenga la sua piccola verità, la verità della sua esperienza.

Per questo motivo, secondo Lorusso (2018), la *postverità*, caratterizzata da un forte appello all'emotività, non nega la verità ma la moltiplica e la privatizza.

Ma in questo scenario di *postverità* e *infodemia*, spesso sono le fonti istituzionali o prestigiose che generano confusione in quanto non parlano in un'unica voce. Per citare solo due casi ricordiamo in primo luogo la posizione contrastante (smentita dall'OMS e altri virologi) del Premio Nobel per la Medicina, [Luc Montagnier](#), sull'origine del Coronavirus, che secondo lui sarebbe frutto di un errore umano. Un altro esempio si riferisce invece all'esaurimento o meno della forza letale del Coronavirus. C'è chi, come [Alberto Zangrillo](#) dell'Ospedale San Raffaele di Milano, sostiene che (nel mese di luglio 2020) il Coronavirus non esiste più dal punto di vista clinico perché oggi ha una carica virale più debole. C'è chi invece, come [Andrea Crisanti](#) dell'Università di Padova continua a pensare, riferendosi allo stesso periodo, che il virus circola ed è ancora pericoloso. Tutte queste posizioni contrastanti da parte di esperti della sanità possono contribuire ad allontanare i cittadini dalle notizie. I mass media hanno in effetti un ruolo molto importante durante situazioni di rischio e di emergenza come quella determinata dalla pandemia del Covid-19. Secondo Pagano (2001)

È dai mass-media che i cittadini ottengono la maggior parte delle informazioni concernenti situazioni di pericolo; per i livelli che gestiscono le situazioni di rischio, una efficace collaborazione con i media è, dunque, una componente fondamentale di qualsiasi strategia comunicativa che aspiri ad un accettabile risultato. Non a caso la maggior parte delle pressioni politiche popolari e di gruppi di interesse sui governi, i malcontenti, le azioni di protesta, i comportamenti di consumo, le richieste di intervento, le sollecitazioni per una riduzione dei rischi, derivano proprio dalla metabolizzazione dei messaggi diffusi dai media. Tra l'altro, nel rapporto con i gestori dell'informazione i livelli politici devono approfondire un grande sforzo per attuare la minimizzazione del loro rischio interno, non di rado poi si realizza un'aberrazione etica per cui è proprio questa dimensione a divenire prioritaria rispetto alla minimizzazione del pericolo per le popolazioni.

In riferimento alla costruzione dei messaggi, lo stesso autore aggiunge che sviluppare messaggi accurati e completi è uno degli aspetti più complessi della comunicazione del rischio.

La progettazione di una comunicazione efficace deve muovere necessariamente dalla consapevolezza della diversità e dell'unicità degli individui; ciascuno reagisce in maniera differente, in relazione alle proprie esperienze passate e alle proprie conoscenze. Non si tratta, dunque, di costruire «il messaggio» efficace ma un insieme di messaggi capaci di arrivare a molti livelli e di costituire quadri di riferimento immediati e credibili per ognuno. La difficoltà, già notevole, viene poi ad esasperarsi nelle realtà sociali di tipo multietnico, ormai assai frequenti non solo in contesti metropolitani. In questi casi, infatti, ci si imbatte in complicazioni dovute non solo a lingue diverse, ma a diversi canoni assiologici di riferimento, a differenti percezioni del mondo e degli apparati simbolici (le metafore di uso giornalistico, ad esempio) o a diversi modi di concepire il rapporto con la morte, con il pericolo e con le istituzioni (Pagano, 2001).

Oltre alle attività televisive, a mo' di esempio, proponiamo in questa sede l'esperienza di Annalisa Plaitano, divulgatrice e giornalista scientifica, che durante il periodo della pandemia ha proposto alcune attività interessanti per ravvicinare la cultura scientifica alle popolazioni. [Secondo Plaitano](#), la cultura scientifica ha almeno due ruoli di fronte situazioni di emergenza come quella che abbiamo vissuto.

Il primo è comunicare in modo efficace, non solo chiaro e comprensibile, ma anche appropriato. In questo momento, ad esempio, l'attenzione deve essere alta. Da un lato il rigore scientifico di chi decide di parlare del nuovo Coronavirus deve essere ancora più forte. Da un altro lato questa comunicazione deve essere effettuata con tatto ed empatia, riflettendo attentamente su come il pubblico può percepire il nostro messaggio. Inoltre chi decide di comunicare sul Covid-19 (così come su altri argomenti sensibili) non dovrebbe improvvisare, ma prendere in considerazione gli studi sulla comunicazione del rischio o ispirarsi agli esperti. Il secondo ruolo della cultura scientifica è quello di intrattenere, distrarre, continuare – nonostante tutto – a offrire contenuti culturali (cit. nel sito internet [Ludmilla Science](#)).

Durante il periodo della pandemia, Plaitano ha quindi proposto, insieme ad altri divulgatori scientifici, una serie di incontri scientifici tutti virtuali nell'ambito di un'iniziativa che hanno chiamato [Science Web Festival](#). Tutte le attività (esperimenti scientifici online per bambini, testi, disegni, ecc.) erano trasmesse attraverso le piattaforme social più conosciute: Youtube, Facebook e Instagram.

ESERCITAZIONI

**RICONOSCIMENTO E CONFRONTO
FRA SCRITTURE DI DIVULGAZIONE CHIARA E OSCURA**

Passiamo ora all'analisi di alcuni testi di divulgazione scientifica. L'obiettivo delle attività che proponiamo in questa sede è quello di distinguere i testi chiari dai testi oscuri e soprattutto quello di riuscire a scrivere dei testi chiari e comprensibili a tutti. Premettiamo che tutti i testi di partenza proposti per queste esercitazioni sono dei testi autentici, cioè "testi non specificamente costruiti in rapporto alla propria funzionalità didattica, ma con testi che siano testimonianza degli autentici, naturali usi comunicativi" (Vedovelli, 2010, p. 83).

ATTIVITÀ 1

Brano A

«Nella categorizzazione del reale la determinazione di certi attributi discriminanti non è riducibile se non a una elaborazione della percezione ambientale che semplificando i dati ha anche la funzione di facilitare l'attività strumentale del soggetto» (tratto da Piero Angela, 2009).

Brano B

«Nell'osservare la realtà tendiamo a raggruppare le cose in categorie, individuando certe loro caratteristiche: questa elaborazione mentale ci consente di semplificare i dati, per poterli utilizzare poi più facilmente» (riformulazione tratta da Piero Angela, 2009).

Domande

Domanda 1: Leggete i due brani (brano A e brano B), optando per una lettura esplorativa (*skimming*), cioè legata alla necessità di farsi un'idea generale sul testo e capire se è utile ai nostri scopi.

Domanda 2: Quante parole compongono rispettivamente i brani A e B?

Domanda 3: Evidenziate le parole con più di dieci lettere nei brani A e B. Qual è il brano con la parola più lunga e qual è il testo con il maggior numero di parole lunghe?

Domanda 4: Qual è il brano che può e deve fare parte di un testo divulgativo, cioè accessibile a tutti?

Domanda 5: Analizzate i segni di punteggiatura nei due brani. Migliorano la leggibilità e comprensibilità dei brani?

Discussione

Per analizzare questi due brani, faremo riferimento ai due variabili che, secondo Piemontese (1996, p. 135), influenzano la leggibilità dei testi: la variabile sintattica e quella lessicale.

La *variabile sintattica* si riferisce al numero medio di parole per frase. Di conseguenza, i testi per essere leggibili e comprensibili devono avere *frasi brevi*. “Per la lingua italiana, i testi risultano di **alta leggibilità** a persone con istruzione medio-bassa, se il numero medio di parole per frase si aggira intorno a 20 parole [...] Perché i testi risultino di **altissima leggibilità** a persone che, per varie ragioni, abbiano il massimo bisogno di facilitazione da parte del testo, le frasi non dovrebbero superare le 10-15 parole [...] Frasi con più di 30-40 parole fanno abbassare notevolmente la leggibilità del testo e costringono anche i lettori esperti a leggere e rileggere il testo più volte”. In riferimento alla variabile sintattica, notiamo che il brano A è composto da 36 parole, mentre il brano B è composto da 30 parole. Quindi secondo il parametro della variabile sintattica entrambi i testi non sono né di altissima né di alta leggibilità. Il grado di leggibilità del brano B è comunque più alto rispetto al brano A.

La variabile lessicale riguarda la *lunghezza delle parole*. Un testo è quindi leggibile quando impiega le parole di uso comune, note a tutti, e che di solito sono più brevi. In riferimento a questa variabile, notiamo che la parola più lunga del brano A conta 16 lettere (‘categorizzazione’), mentre quella più lunga del brano B conta 15 lettere (‘caratteristiche’). Complessivamente il brano A ha 6 parole lunghe con più di 10 lettere mentre il brano ne conta 5.

Un’ulteriore modalità di analisi è quella della punteggiatura. Il brano A, già molto astratto di per sé, non contempla neanche un segno di punteggiatura, scelta che rende il brano ulteriormente astratto e incomprensibile. Nel brano B si nota invece un tentativo di rendere il testo meno astratto e più chiaro, ad esempio, con i due punti che hanno appunto la funzione di spiegare, chiarire, dimostrare quello che è stato affermato precedentemente. L’inserimento delle virgole nel brano B fa di esso un testo dallo stile arioso consentendo così uno stacco di debole intensità tra due parole o due proposizioni contenute in un periodo.

ATTIVITÀ 2

Da dove provengono gli Etruschi?

Gli Etruschi sono una delle civiltà più affascinanti del mondo antico perché sostanzialmente avvolti nel mistero. Pochi testi scritti e reperti diretti, di cui quasi nulla si è potuto decifrare. Pochi documenti che non fossero descrizioni di altri su di loro. La loro lingua era completamente diversa da quella dei popoli vicini, secondo alcuni studiosi nemmeno indoeuropea. Possedevano molti tratti culturali inediti che non si trovavano in alcun popolo italico e che poi i Romani gli copiarono. Gli Etruschi ai tempi in cui Roma venne fondata (753 a.C) dominavano la regione dell'odierna Toscana. Fondarono centri anche in Pianura Padana e Campania e furono un'influenza importante per la nascita della civiltà romana a partire dal substrato latino. C'è chi ritiene che alcuni Etruschi, progressivamente latinizzatisi, facessero parte delle prime élite aristocratiche da cui poi discesero i patrizi romani, mentre gli agricoltori latini composero la prima plebe assieme ad altri popoli italici laziali (come i pastori Sabini) e a vari immigrati ed ex-schiavi. C'è da ricordare che la romanità non era realmente un'etnia, era uno status civico o politico, una cittadinanza; e gli Etruschi contribuirono molto alla nascita della cultura sottostante, influenzandola e importandovi caratteristiche proprie.

Mappa delle città etrusche in Italia (750-500 a.C) [\[Visualizzare la mappa\]](#)

Gli Etruschi diedero molto ai Romani, nella cultura e nella tecnica. Etruschi erano i primi ingegneri edili e architetti, che insegnarono ai Romani a costruire gli archi e gli acquedotti. La toga era etrusca, come il circo massimo, il foro e la cloaca massima, costruiti proprio dai re Tarquini. Etruschi erano molti riti religiosi, gli àuguri, gli aruspici, ma anche i giochi gladiatori e il fascio littorio che divennero simboli tipici della romanità. Infine, erano Etruschi (e Greci) i pedagoghi chiamati nelle case romane a insegnare a saper di conto e scrivere ai fanciulli, perché gli altri Romani all'inizio della loro storia erano un po' analfabeti, ignorantoni e abbastanza rozzi e maneschi. Erano nati come popolo di contadini, pastori e guerrieri in epoca arcaica, in fondo, non come giuristi e letterati. In contrasto con gli elementi della romanità, che riusciamo a ricondurre a una radice ad esempio latina, greca o etrusca, con gli Etruschi si brancola un po' nel buio. Di loro non si è saputo quasi nulla per secoli, nemmeno l'origine. La lingua etrusca perdurò fino al I secolo d.C. prima di estinguersi e a noi oggi sono pervenute tracce parziali (Tratto da [Italia Unita per la Scienza](#)).

Questi due paragrafi relativi al testo “Da dove vengono gli etruschi?” sono la prima parte di un articolo tratto dal sito di divulgazione scientifica [Italia Unita per la Scienza](#).

Domande

Domanda 1: Leggete il testo e evidenziate le parole fondamentali (FO), di alto uso (AU) e di alta disponibilità (AD) consultando il link [Nuovo Vocabolario di Base](#) dove sono elencate tutte le parole FO, AU e AD. Segnaliamo che nel Nuovo Vocabolario di Base (NVdB) le parole fondamentali sono in neretto nella lista, le parole d'alto uso sono in tondo chiaro, le parole di alta disponibilità sono in corsivo. Domande 2: Indicate le rispettive percentuali delle parole FO, AU e AD nel testo.

Domande 3. Il testo è, a vostro avviso, accessibile a tutti? Se no, chi potrebbe avere delle difficoltà a non capirlo?

Discussione

In questa discussione concentreremo i commenti sul primo paragrafo chiedendo ai lettori di analizzare il secondo paragrafo secondo le stesse modalità. Dal punto di vista della brevità, notiamo che l'autore del brano ha fatto uno sforzo lodevole per limitare il numero di parole nelle frasi e per scegliere parole meno lunghe. Tra le parole fondamentali (FO), trovate nel primo paragrafo, citiamo, ad esempio, le seguenti: *descrizione, documento, mondo, lingua, antico*. Tra le parole di alto uso (AU) menzioniamo *civiltà, sostanzialmente, avvolti, mistero, inediti*. Tra le parole di alta disponibilità (AD) si nota, ad esempio, la parola *aristocratiche*. Se l'obiettivo del testo divulgativo è quello di raggiungere il maggior numero di persone e quindi di essere accessibile a tutti, a nostro avviso, le parole non presenti nel NVdB avrebbero potuto essere accompagnate da alcune spiegazioni. In realtà, le voci *plebe, reperti, indoeuropea, italico, substrato latino, pastori sabini, agricoltori latini, italici laziali, patrizi romani*, ecc. possono risultare di difficile comprensione per i lettori meno esperti. La nostra proposta è quella di sfruttare gli strumenti messi a disposizione dalle tecnologie per definire e illustrare queste espressioni. Un aspetto positivo del testo da questo punto di vista è l'inserimento una mappa geografica che consente di contestualizzare e di rendere meno astratto il tema in oggetto. A nostro avviso, sarebbe stato opportuno prevedere, ad esempio, dei collegamenti ipertestuali. Questo nell'ottica di rendere cliccabile le parole chiave del testo collegandole ad altre pagine web o altri documenti (glossari, video, fotografie, ecc.) capaci di rendere il testo più chiaro, leggibile e comprensibile. I testi divulgativi online han-

no quindi il vantaggio rispetto ai testi divulgativi cartacei di poter raggiungere un altissimo numero di lettore e soprattutto di poter costantemente modificare il testo curando la forma e il contenuto in base alle esigenze e al profilo dei lettori. Proponiamo di seguito la semplificazione di un brano tratto dal paragrafo preso in esame. Il brano A è il testo originale e il brano B è la nostra riformulazione.

Brano A

“C'è chi ritiene che alcuni Etruschi, progressivamente latinizzati, facessero parte delle prime élite aristocratiche da cui poi discesero i patrizi romani, mentre gli agricoltori latini composero la prima plebe assieme ad altri popoli italici laziali (come i pastori Sabini) e a vari immigrati ed ex-schiavi”.

Brano B

Per alcuni studiosi, gli Etruschi si erano gradualmente latinizzati e facevano parte delle prime élite aristocratiche, cioè dalle famiglie nobili. Da queste famiglie nobili discesero i patrizi romani. La prima plebe era invece composta dagli agricoltori latini, dai popoli italici laziali (come i pastori sabini) e da vari immigrati ed ex-schiavi.

Nel caso i collegamenti ipertestuali non dovessero funzionare per qualche motivo riportiamo di seguito le definizioni associate alle parole evidenziate.

Latinizzarsi: assumere usi e costumi latini o neolatini, cioè che derivano dall'antico Lazio o dagli antichi romani

Élite aristocratica: insieme delle famiglie nobili di una nazione

Patrizi romani: nell'antica Roma, chi apparteneva per nascita alla famiglia aristocratica che costituiva la classe dominante

Plebe: nell'antica Roma, parte della popolazione socialmente e culturalmente trascurata.

Popoli italici laziali: popoli residenti nell'Italia antica, in particolare nella zona dell'attuale regione Lazio.

Pastori sabini: pastori residenti nella storica regione sabina, che comprendeva alcuni territori delle attuali regioni dell'Umbria, dell'Abruzzo e del Lazio.

Aggiungiamo che oltre ai collegamenti ipertestuali, è possibile e auspicabile inserire dei brevi video, delle mappe geografiche, delle immagini che devono avere la funzione di rendere il testo più com-

prensibile senza allontanare troppo il lettore dal tema in oggetto, altrimenti rischia di perdere il filo del discorso. Quindi i riferimenti ipertestuali consentono di lasciare alcuni termini tecnici nel testo, che vengono naturalmente illustrati, sia per arricchire il lessico dei lettori che possono avere delle difficoltà, sia per non privare il testo dai suoi elementi tecnico-lessicali e per non ‘annoiare’ i lettori esperti, che potranno fare a meno di cliccare sui collegamenti ipertestuali per approfondire parole che conoscono già.

ATTIVITÀ 3

In questa attività facciamo riferimento a un altro sito divulgativo, [Scienza per tutti](#), focalizzando l’attenzione su un argomento di fisica. Come è già stato rilevato al punto §8.2, c’è una distinzione tra i testi divulgativi e i testi della letteratura scientifica o della manualistica. Se i testi divulgativi nascono per condividere concetti e fenomeni scientifici con il grande pubblico, i testi scientifici sono invece rivolti a un pubblico specializzato. In questa attività, ci chiediamo quindi se il testo che proponiamo, relativo alla meccanica quantistica e legato al problema del corpo nero, è effettivamente accessibile a tutti.

Domande

Per proporre un’attività diversa da quelle precedenti, chiediamo di calcolare la leggibilità del testo secondo gli indici di *Flesch* e di *Gulpease*. Ricordiamo rispettivamente le formule di *Flesch* e di *Gulpease*,

Formula di Flesch: Facilità di lettura = $206 - 0,6 \times S - P$

S sta per numero totale di sillabe su 100 parole

P sta per numero medio di parole per frase

Formula di Gulpease = $89 - (Lp: 10) + (3 \times Fr)$

Lp sta per il totale delle lettere del campione x 100): il totale delle parole del campione;

Fr sta per il totale delle frasi del campione x 100): il totale delle parole del campione.

Segnaliamo che nell’uso delle due formule per il calcolo manuale della leggibilità, i campioni devono essere di almeno 100 parole. È quindi possibile scegliere uno o più brani a patto che siano superiori a 100 parole. Nella discussione di questa attività, illustriamo e commentiamo i risultati del calcolo di leggibilità secondo gli indici

di *Flesch* e *Gulpease* rispetto alle prime 100 parole del testo preso in esame. Proponiamo ai lettori di calcolare gli indici di leggibilità di altri brani del testo.

Dopo aver calcolato gli indici di leggibilità, segnalate le peculiarità di questo tipo di testo.

La meccanica quantistica: il problema del corpo nero

Il nostro percorso di meccanica quantistica muoverà dall'evoluzione storica che ha accompagnato l'abbandono della fisica classica in ambito microscopico, un mondo le cui certezze hanno cominciato a traballare alla fine del 1800 e sono state soppiantate da un modo concettualmente diverso di intendere la fisica nei fenomeni che si svolgono a distanze enormemente più piccole di quelle a cui siamo abituati nella vita quotidiana.

Alle soglie del 900, in barba a chi riteneva che la fisica fosse ormai una scienza compiuta con solamente poche sottigliezze da limare, un fenomeno non ancora spiegato stava dando dei seri grattacapi agli scienziati dell'epoca: il problema del corpo nero. Prima di addentrarci nei dettagli della questione, conviene richiamare il concetto di radiazione elettromagnetica [icona_glossario]. Lo spazio è attraversato dal campo elettromagnetico [icona_glossario], che possiamo immaginare come una serie di fili tesi in tutte le direzioni spaziali; se si sfiora uno di questi fili, si produrrà una perturbazione (una oscillazione) in grado di propagarsi in tutto lo spazio; tali oscillazioni sono il campo elettromagnetico e sono caratterizzate da una lunghezza d'onda (la distanza tra due punti di massimo) e da una frequenza (numero di oscillazioni nell'unità di tempo).

Fig.1: Spettro della radiazione elettromagnetica [visualizzare la figura]

Nel caso della luce visibile, le lunghezze d'onda interessate si estendono da 400 nm (nm=nanometri, ossia miliardesimi di metro), che è la luce violetta, fino a 700 nm, nel regime della luce infrarossa, come si può chiaramente vedere in Fig.1. Al di sopra di questa lunghezza d'onda si passa al regime infrarosso, quello corrispondente alla propagazione delle onde radio, mentre al di sotto dei 400 nm si entra nel regime della radiazione ultravioletta [icona_glossario] e dei raggi X [icona_glossario]. Ora, un corpo nero è un oggetto capace di assorbire tutta la radiazione elettromagnetica che vi incide, senza riflettere nulla. Un simile corpo è

comunque in grado di emettere radiazione elettromagnetica. Il problema nasce dal fatto che, usando la fisica nota allora, ogni corpo con temperatura superiore allo zero assoluto (-273 gradi centigradi) sarebbe in grado di emettere una infinita quantità di energia sotto forma di radiazione, anche nel caso in cui la lunghezza d'onda presa in esame fosse molto piccola, prossima a zero (catastrofe ultravioletta). I dati sperimentali, però, confutavano un tale risultato teorico, mostrando che per $\lambda \rightarrow 0$ (lunghezza d'onda della luce emessa) la potenza emessa si annullava. La soluzione del problema della catastrofe ultravioletta ha segnato formalmente l'inizio della meccanica quantistica ed è dovuta a Planck, nel suo celebre lavoro del 1900, nel quale proponeva una legge per la radiazione di corpo nero differente da quella prevista dalla fisica classica, con la quale condivideva solamente il limite per grandi lunghezze d'onda: per piccoli λ , infatti, la potenza emessa tendeva ad annullarsi e si accordava perfettamente ai dati sperimentali. L'ipotesi di Planck (che, per inciso, lui stesso riteneva un mero artificio matematico) affermava che all'interno di un corpo nero la radiazione elettromagnetica poteva essere assorbita ed emessa solo in quantità discrete, dette quanti; un quanto consiste nella quantità di energia $E=h \cdot c / \lambda$, dove c = velocità della luce nel vuoto e h = costante di Planck = 6.6×10^{-34} J s. L'energia associata ad un quanto di radiazione elettromagnetica è quindi legato alla lunghezza d'onda tramite la formula $v = c / \lambda$ dalla relazione $E=h \cdot v$: un quanto di "luce visibile" ha un contenuto energetico maggiore della luce infrarossa e minore della luce ultravioletta. In generale, per il quanto della radiazione elettromagnetica si usa il termine di fotone [icona_glossario] (Testo tratto da [Scienza per tutti](#)).

Discussione

Calcolo indice di Flesch prime 100 parole

Formula di Flesch = $206 - 0,6 \times S - P$

S sta per numero totale di sillabe su 100 parole

P sta per numero medio di parole per frase

Numero di frasi: 2

Numero di sillabe: 228

Numero di parole: 100

Calcolo della formula

$206 - (0,6 \times 228) - 50$

$206 - 136,8 - 50$

19,2

Stando alla formula di *Flesch*, il brano analizzato risulta difficile. Ricordiamo che un testo analizzato secondo i criteri della formula di Flesch è molto difficile se presenta dei valori negativi, cioè inferiori allo zero; è difficile se i valori oscillano tra 0 e 30; è abbastanza difficile se i valori sono tra 30-40; standard con i valori tra 40-50; abbastanza facile con i valori tra 50-60; facile se i valori sono tra 60-70; molto facile con valori tra 80 e 90.

Calcolo indice di Gulpease prime 100 parole

Formula di Gulpease = $89 - (Lp: 10) + (3 \times Fr)$

Lp sta per il totale delle lettere del campione x 100: il totale delle parole del campione;

Fr sta per il totale delle frasi del campione x 100: il totale delle parole del campione.

Numero di lettere: 542

Numero di frasi: 2

Numero di parole: 100

Calcolo della formula:

$89 - (542:10) + (3 \times 2)$

$89 - (54,2) + (6)$

40,8

Stando alla formula di Gulpease, il brano analizzato risulta di difficile comprensione e accessibile soltanto ai lettori con istruzione superiore. Ricordiamo che un testo ha valore di leggibilità (o superiore a) 80 per il lettore con istruzione elementare, 60 per il lettore con istruzione media, 40 per il lettore con istruzione superiore. Secondo gli studi di Piemontesi (1996), dal punto di vista degli *effetti sul lettore*, valori al di sotto di 60 corrispondono a livelli di difficoltà frustrante per il lettore con istruzione elementare, e anche i lettori con livelli più alti hanno bisogno di essere supportati dalla presenza di una figura terza competente. Il testo risulta quindi accessibile solo a un pubblico specializzato. Servono degli interventi di riformulazione e semplificazione per renderlo accessibile ad un pubblico più ampio.

Possiamo quindi osservare che secondo gli indici di Flesch e di Gulpease, il testo analizzato è di difficile comprensione per il grande pubblico. In questo ebook abbiamo ribadito più volte l'importanza della scuola e della lettoscrittura da parte dei cittadini. Ma abbiamo anche ribadito l'importanza della semplificazione dei testi da parte di chi usa la scrittura come professione. L'esempio di questa attività dimostra che molto resta ancora da

fare per raggiungere il pubblico profano, non esperto di questioni scientifiche, ma che ha comunque il diritto di essere informato. Un dato interessante in questo testo è determinato dalla presenza di alcune icone ipertestuali collocate accanto alle voci *campo elettromagnetico*, *radiazione elettromagnetica*, *radiazione ultravioletta e dei raggi X*, *Planck Max* e *fotone* che rinviano a un glossario per ulteriori approfondimenti. Ma era importante inserire queste icone ipertestuali accanto a molti altri concetti tecnici. Anche la presenza di alcune formule nel testo non agevola necessariamente la comprensione da parte del grande pubblico.

ATTIVITÀ 4

In questa attività focalizziamo l'attenzione su alcuni materiali divulgativi relativi al coronavirus che, come sappiamo, è stato per forza di cose il principale tema affrontato dai mass media durante il periodo della fase acuta della pandemia. “Sui giornali gli articoli sul coronavirus. Sui social i post sul coronavirus. In tv i servizi sul coronavirus. Ovunque gli speciali sul coronavirus. Non si può certo dire che i media – giornalistici o meno che siano – abbiano ignorato l'epidemia di 2019-nCov, ma anzi negli ultimi giorni si è creata una bulimia informativa (o *infodemia*) che ci espone a continue informazioni e aggiornamenti non appena apriamo un giornale, prendiamo in mano lo smartphone o accendiamo radio o televisione” ([Gianluca Dotti, 8 febbraio 2020, Wired.it](#)). Come abbiamo già evidenziati nel §8.3.1, nonostante la varietà e la pluralità di fonti le notizie non sono sempre state attendibili, anzi più numerose erano, più confuse e meno veritiere erano per il lettore. In questa attività focalizziamo l'attenzione sulla questione della chiarezza dei messaggi diffusi durante il periodo del confinamento e rivolti, come possiamo immaginare, non ai professionisti della sanità bensì a tutti i cittadini, italiani e stranieri residenti in Italia, ma anche in altri paesi del mondo.

Il testo che sottoponiamo all'attenzione del lettore è tratto dal portale epidemiologico dell'Istituto superiore di sanità, dal nome *Epi-centro*, che ha un'intera sezione dedicata agli aggiornamenti sul contagio e sulle informazioni relative al Covid 2019.

Cosa sono i coronavirus

I coronavirus (CoV) sono un'ampia famiglia di virus respiratori che possono causare malattie da lievi a moderate, dal comune raffreddore a sindromi respiratorie come la MERS (sindrome respiratoria mediorientale, *Middle East respiratory syndrome*) e la SARS (sindrome respiratoria acuta grave, *Severe acute respiratory syndrome*). Sono chiamati così per le punte a forma di corona che sono presenti sulla loro superficie.

I coronavirus sono comuni in molte specie animali (come i cammelli e i pipistrelli) ma in alcuni casi, se pur raramente, possono evolversi e infettare l'uomo per poi diffondersi nella popolazione. Un nuovo coronavirus è un nuovo ceppo di coronavirus che non è stato precedentemente mai identificato nell'uomo.

I coronavirus umani conosciuti ad oggi, comuni in tutto il mondo, sono sette, alcuni identificati diversi anni fa (i primi a metà degli anni Sessanta) e alcuni identificati nel nuovo millennio.

Coronavirus umani comuni

- 1 - 229E (coronavirus alpha)
- 2 - NL63 (coronavirus alpha)
- 3 - OC43 (coronavirus beta)
- 4 - HKU1 (coronavirus beta)

Altri coronavirus umani

- 5 - MERS-CoV (il coronavirus beta che causa la *Middle East respiratory syndrome*)
- 6 - SARS-CoV (il coronavirus beta che causa la *Severe acute respiratory syndrome*)
- 7 - SARS-CoV-2 (il coronavirus che causa la COVID-19)

Testo tratto da [Epicentro Istituto Superiore della Sanità](#).

Domande

Domanda 1: Come giudicate il testo dal punto di vista della leggibilità?

Domanda 2: Quali sono gli elementi che agevolano o limitano la comprensione del testo?

Domanda 3: Pensate ad una persona in particolare che conoscete e che difficilmente capirebbe questo testo. Quali sono le modifiche che proponete per rendere il testo accessibile a questa persona?

Discussione:

Secondo Staglianò (2002) un buon testo appropriato al mezzo digitale deve rispondere alle seguenti caratteristiche: *brevità, densità e compat-*

tezza; spezzettatura in blocchi o in elenchi puntati; stile secco e mai verboso; preferenza per i verbi forti rispetto ai verbi deboli; frasi in forma attiva e non passiva; coordinazione piuttosto che subordinazione. Come si può notare, queste regole per la scrittura digitale, escluse alcune integrazioni, sono in linea con quanto già rilevato da Piemontese (1996) rispetto al testo in generale. Come osserva Gualdo (2007, p. 134), riprendendo in alcuni casi quanto sottolineato da vari studiosi, *densità e compattezza* rispondono alla necessità di concentrare al massimo le notizie in poche parole chiare e essenziali, raccolte in spazi ridotti per facilitare la **lettura rapida**. Come sappiamo, uno dei comportamenti linguistici dei lettori digitali è proprio la necessità di leggere i testi velocemente sia perché ce ne sono in abbondanza, sia perché la vita frenetica dell'attuale mondo globale ce la impone. Nel caso specifico delle informazioni relative alla pandemia, all'abbondanza delle notizie e alla necessità di leggerle velocemente si aggiungono l'ansia, la paura e in alcuni casi il dubbio e lo scetticismo rispetto a tale notizia. Di conseguenza, l'informazione non deve essere chiara solo per un motivo prettamente testuale, ma anche per un motivo sociale e psicologico. Il lettore deve quindi poter trovare delle risposte da una parte per colmare la propria ignoranza rispetto al tema trattato e dall'altra per rivalutare eventualmente il proprio scetticismo. Chi scrive testi di questo tipo ha quindi una responsabilità professionale, medico-sanitaria e sociale molto forte. Più che lettura rapida, i testi di questo tipo dovrebbero indurre a una **lettura consapevole**. Sulla base di questo ragionamento, a nostro avviso, il testo che analizziamo non deve rispondere alle esigenze della *densità* e della *compattezza* che per certi versi potrebbero essere controproducenti. Il lettore non capirebbe niente o capirebbe poco di fronte a un testo con una concentrazione di informazioni scientifiche. Nella prima frase del testo preso in esame, composta da 45 parole, la densità d'informazione, a nostro avviso, può generare qualche problema ad alcuni lettori. Nella frase si fa in effetti riferimento a concetti importanti come CoV, MERS, SARS. Queste sigle, opportunamente sciolte e tradotte dall'inglese all'italiano, aumentano ulteriormente la densità dell'informazione nella frase. In riferimento alla seconda frase "Sono chiamati così per le punte a forma di corona che sono presenti sulla loro superficie", sarebbe stato opportuno inserire un'immagine illustrativa per capire meglio il riferimento alle "punte a forma di corona".

Un'altra caratteristica della scrittura digitale è la *spezzatura in elenchi puntati o in blocchi*, con sottoparagrafi di circa 75 parole, ciascuno possibilmente dedicato a non più d'un concetto, che ha una funzione più visiva che testuale (Gualdo, 2007, p. 134). Lo stesso autore aggiunge che "se riportata sulla carta, produce un fastidioso effetto di concitazione, scoraggia la riflessione distesa del lettore

e va contro il principio di cooperazione, poiché il minor sforzo di chi scrive ricade tutto sulle spalle di chi legge. Gli elenchi puntati, semplicissimi da realizzare con i programmi elettronici di scrittura, hanno il vantaggio di essere schematici e chiari e permettono di cogliere immediatamente la dipendenza gerarchica tra i vari dati” (Gualdo, 2007, p. 134). Il testo preso in esame illustra i coronavirus umani, attraverso una *suddivisione in elenchi puntati*. In questo caso le voci illustrate nell’elenco, per non sembrare eccessivamente tecniche potevano essere brevemente illustrate, sempre pensando a lettori non abituati a leggere informazioni scientifiche.

Cogliamo l’occasione per proporre alcuni indicatori del testo divulgativo (ma anche giornalistico) digitale che partono sempre dal presupposto che il testo è potenzialmente rivolto agli italiani italofoeni e non italofoeni, ma anche ai numerosi stranieri che studiano l’italiano e che hanno delle competenze linguistiche variabili nella nostra lingua.

- **Parole del VdB.** Proponiamo un indicatore che segnali all’inizio di ogni testo, grazie a un sistema di calcolo automatico, la percentuale delle parole del VdB impiegate rispetto al numero totale di parole. In questo caso, i lettori saprebbero, prima di iniziare a leggere, se il testo è alla loro portata o meno.
- **Indice Gulpease o Flesch:** un’altra proposta è quella di misurare e indicare sistematicamente la leggibilità degli articoli sulla base degli indici di Gulpease e/o di Flesch. Questo sistema consentirebbe di individuare i reali potenziali lettori degli articoli.
- **Riformulazione e adattamento degli articoli:** questa proposta, che si basa su un principio di democraticità e di eticità, suggerisce che oltre all’articolo principale ci sia un articolo riformulato e adattato per un pubblico che per motivi sociali o patologici ha bisogno di testi molto leggibili e comprensibili (ad esempio gli utenti con disabilità o gli immigrati stranieri che non hanno ancora un’adeguata competenza in italiano). Questa proposta è stata sperimentata in passato nell’ambito del progetto del giornale online di facile lettura [dueparole](#).
- **Promemoria per la lettura degli articoli:** questa proposta, che in realtà viene già usata da alcune piattaforme digitali, è quella di suggerire al lettore che non ha il tempo di leggere l’articolo di farlo in un momento successivo (ad esempio fra un’ora, cinque ore, un giorno, una settimana, ecc.) attivando eventualmente un sistema che consente di ricordargli di leggere l’articolo al momento indicato. Tale sistema consentirebbe di leggere la notizia con la dovuta attenzione e senza fretta.
- **Veste grafica** (layout, tipo di carattere, immagini, video, pulsante per ascoltare il testo, ecc.): deve essere ben curata in quanto ha sicuramente un impatto sul lettore.

ATTIVITÀ 5

In questa ultima attività proponiamo un esempio di chiarezza e di attenzione nei confronti del pubblico straniero attraverso la pubblicazione di alcuni materiali divulgativi relativi al virus SARS-CoV-2 e al COVID-19 disponibili in alcune delle lingue più parlate tra la popolazione straniera in Italia. Oltre alla chiarezza espositiva, questi testi sfruttano adeguatamente le caratteristiche del testo digitale inserendo immagini, video, collegamenti ipertestuali, come vediamo, ad esempio, nell'immagine.

Nella pagina internet dell'[Istituto Superiore della Sanità](#) dedicata al virus, è possibile visualizzare materiali, sintesi delle informazioni, raccomandazioni, regole di comportamento, obblighi e divieti di interesse della popolazione per il contenimento della diffusione del COVID-19. Questi materiali divulgativi sono stati preparati da associazioni, organismi internazionali e enti di ricerca. I materiali sono redatti volutamente con un linguaggio semplice, in modo da poter essere fruibili da tutti, e tradotti nelle principali lingue immigrate in Italia. Proponiamo, ad esempio, al lettore di analizzare l'[opuscolo online dell'ISS con dieci consigli per chi si prende cura degli anziani](#).

Tra le informazioni: le vie di trasmissione del virus, i consigli su come prevenire il contagio e le indicazioni su come gestire la presenza di sintomi. Il testo è disponibile in [italiano](#), [English](#), [Español](#), [Français](#), [Português](#), [Română](#), [Polsku](#) e [Русский](#). Invitiamo il lettore a scegliere una delle lingue proposte, di analizzare le informazioni dal punto di vista della chiarezza espositiva, di indicare se tale testo può essere facilmente fruibile dalla popolazione immigrata interessata; e infine di suggerire eventualmente alcuni miglioramenti rispetto alla leggibilità e comprensibilità del testo, sempre tenendo conto delle esigenze del destinatario.

How to Handwash?
 WASH HANDS WHEN VISIBLY SOILED OTHERWISE, USE HANDRUB
 Duration of the entire procedure: 40-60 seconds

- Wet hands with water.
- Apply soap.
- Rub hands together.
- Rub palm to back of hand.
- Rub back of hand to palm.
- Rub palm to wrist.
- Rub back of hand to wrist.
- Rub thumb between fingers.
- Rub thumb between fingers.
- Rub thumb between fingers.
- Dry hands with a clean towel.

World Health Organization Patient Safety SAVE LIVES
 Clean Your Hands

How to wash your hands with water and soap. [Link to Poster](#)

How to wash your hands with water and soap or with alcohol-based gel. [Link to Video](#)

CONCLUSIONI

Secondo il [Rapporto sulla conoscenza in Italia](#) (2018), “le abilità acquisite attraverso il sistema dell’istruzione sono divenute indispensabili per governare le opportunità offerte dalla tecnologia e un sistema di interazioni che è divenuto più complesso anche nella sfera personale. Allo stesso tempo, rappresentano l’unica alternativa all’obsolescenza di funzioni che possono essere sostituite dalle macchine o dalla manodopera di paesi entrati nel circuito degli scambi mondiali e dove il costo del lavoro è una frazione di quello delle economie avanzate”. Grazie a tutti questi fattori, “il linguaggio e poi la scrittura hanno permesso di trasmettere e accumulare le conoscenze acquisite, dando l’impulso allo sviluppo delle tecnologie”. Queste considerazioni riassumono in buona parte il tema di cui ci siamo occupati in questo ebook: il linguaggio e la scrittura come fonte di conoscenza e come patrimonio della nostra società. Declinando questo principio anche all’ambito giornalistico e della divulgazione scientifica, l’ebook ha voluto dimostrare che alla base della cultura giornalistica e divulgativa, c’è la cultura della scrittura e della lettura, che passano attraverso la scuola. Partendo quindi da buone basi, cioè da un’educazione linguistico-culturale democratica, possiamo aspirare ad un ‘giornalismo democratico’ inteso come giornalismo che crea le condizioni linguistiche, culturali e professionali affinché tutti possano accedere all’informazione, ma soprattutto che tutti, senza eccezione, possano comprendere le notizie che leggono. La distanza tra i cittadini e i media tradizionali, come dimostrato in questo lavoro, è legata in buona parte a questa cultura della ‘scrittura democratica’ non ancora completamente diffusa e condivisa.

Quindi oltre alle parole e frasi brevi, semplici e comuni che consentono una comprensione adeguata del testo, è anche importante una buona preparazione culturale e intellettuale del giornalista/divulgatore, associata ad una attenzione particolare all’attività di scrittura e di lettura. Gli indicatori di leggibilità illustrati in questo lavoro consentono sicuramente di rendere il testo più facilmente leggibile da chiunque, ma la semplicità non esclude la noia, anzi può essere un’occasione per annoiare i lettori, soprattutto quelli che hanno una competenza linguistica maggiore. Per questo motivo, il

giornalista e il divulgatore scientifico devono essere in grado di sommuovere le emozioni del lettore e, come dice Piero Angela, “accendere il cervello”. E questa ‘accensione del cervello’ non si attiva certo attraverso l’uso di numerose parole e frasi lunghe e ricercate, e non limitandosi soltanto ad usare frasi brevi. In realtà, oltre alle parole del VdB, che costituiscono il 92% delle parole che la Stampa usa, serve la capacità artistica e creativa del giornalista che gli consente di ‘fare viaggiare’ il lettore attraverso una scrittura semplice e chiara. E come abbiamo osservato, scrivere chiaro è molto più complicato rispetto a scrivere oscuro. Ilaria Scremin (2019), divulgatrice scientifica online, esperta in *web content* e medico scientifico condivide le riflessioni avanzate in questa sede visto che le sue proposte sono in linea con quanto osservato in questo volume. Le sue quattro regole per comunicare la scienza con efficacia e diventare un buon divulgatore scientifico online sono le seguenti: a) introdurre brevemente il tema, coinvolgere il lettore, farsi sentire vicino e essere empatico nei suoi confronti; b) comunicare un concetto alla volta; c) usare frasi brevi e forme attive; d) fornire sempre le fonti.

Nel contesto globale e digitale in cui viviamo, sembra che non sia più il lettore che va verso la notizia bensì la notizia che va alla ricerca di lettori. In questo scenario, i media tradizionali hanno un po’ perso terreno. Per questo motivo, l’informazione si sta spostando anche verso le piattaforme digitali adeguandosi però ai ritmi spesso indigesti di questi nuovi canali. Se la sfida era quella di raggiungere i lettori, i vecchi e nuovi lettori, l’obiettivo è stato in qualche modo raggiunto, questo anche grazie alle nuove forme di giornalismo, quale il *social* o *citizen journalism* (si veda la definizione nel glossario) o semplicemente *giornalismo partecipativo*, grazie al quale i cittadini partecipano materialmente alla creazione dell’informazione. Aggiungiamo però che non tutti i giornalisti di professione condividono e appoggiano queste nuove forme di giornalismo. Se invece l’obiettivo era quello di servire la notizia come un piatto delizioso da degustare con calma per percepire ogni singola nota del suo sapore, allora i media *mainstream* hanno perso di fronte all’abbondanza, la velocità e l’incontrollabilità delle notizie. Velocità, incontrollabilità e abbondanza delle notizie che sono sostanzialmente, secondo Nalbone e Puliafito (2019), all’origine della “morte del giornalismo”. I due autori riflettendo sull’uccisione del giornalismo propongono in effetti uno “slow journalism”, molto più attento alla verifica delle fonti, al pubblico, alla selezione accurata e ragionata degli argomenti da trattare, all’indipendenza dal timing delle *breaking news* e dall’agenda di giornata che, spesso, vuol dire anche indipendenza da forme di *newsjacking* da parte di soggetti terzi. Tutto questo con un approc-

cio analitico e di approfondimento ai fatti nonché alla sostenibilità del progetto.

Ci sono redazioni che annaspiano davanti alle sfide imposte dal digitale, alla ricerca della notizia più sensazionale, più “shareable”, in una guerra all’ultimo like che non risparmia neanche le emittenti pubbliche. C’è chi prova a inventarsi formule nuove per un giornalismo seriale, esplicativo, a portata di scroll e chi ha capito, invece, che per resistere nel mare magnum dell’informazione online, il giornalismo deve (ri)scoprire il valore del tempo. Non è un caso, infatti, che uno dei mantra dello slow journalism sia “yesterday’s news tomorrow”: le notizie di ieri domani. La filosofia dello slow journalism è, del resto, quella di un giornalismo che offra qualità, accuratezza, valore aggiunto per il lettore. «Slow journalism, allora, non c’entra soltanto con il quando [...], ma soprattutto con il come. Per questo, il motto che preferiamo è “Slow down and go deeper” che è al centro del manifesto di Peter Laufer. Lo slow journalism si rifiuta di partecipare, cioè, alla corsa contro il tempo di chi vuole essere il primo ad arrivare su una notizia. Le news non hanno più valore commerciale per il giornalismo, si trovano dovunque. Il valore aggiunto che deve avere il giornalismo è l’unire i puntini, analizzare e capire prima di scrivere, mettere ogni cosa nel suo contesto, raccontarne le dinamiche: tutte cose che hanno bisogno di tempo ([Virginia Dara, 2016, Inside Marketing](#))

Sulla stessa linea, il giornalista [Alessandro D’Avenia](#), in un articolo sul Corriere della sera (edizione digitale del 4 maggio 2020) osserva che:

L’informazione (soprattutto via web), consapevole o meno che ne siano i suoi attori spesso costretti ad alimentare un vero e proprio mercato delle notizie, punta ad accaparrarsi la nostra attenzione, spesso con il solo scopo di ottenere i clic necessari a vendere pubblicità. Non sentiamo mai una notizia sul lavoro ben fatto ogni giorno da migliaia di insegnanti e sappiamo tutto, video compresi, di maestri/e che picchiano i bambini. La richiesta di telecamere negli asili è cresciuta a dismisura, mentre non si fa quasi nulla per le condizioni inadeguate di tante scuole. [...] E noi, dopo abbuffate di «breaking news», sappiamo di più e siamo diventati più capaci di prendere una decisione? La risposta è troppo spesso: no, come mostrano gli eventi recenti, in cui l’iper-comunicazione non aiuta a capire e agire meglio, ma alimenta uno stato di paura costante, che spesso ci rende più dipendenti e manipolabili. [...] Provate a non guardare la tv e consultare Internet per un giorno o due, o per una settimana, e impegnate quel tempo per leggere un articolo approfondito o un libro su un argomento che vi appassiona: ne saprete di più e sarete più sereni, perché non è la quantità ma la profondità a far comprendere la realtà.

Il giornalista o divulgatore che vuole mantenere la sua integrità professionale deve quindi pensare in modo chiaro (perché non si può scrivere chiaro con le idee confuse), scrivere chiaro e scrivere con passione in modo da ‘tirare fuori’ i lettori dalla giungla delle

notizie dove ognuno ha la propria verità in tasca e quindi dove ci sono infinite verità che non fanno altro che perdere i lettori. I casi di post-verità e di infodemia rilevate in questo libro confermano questo stato di cose.

GLOSSARIO

Le voci inserite in questo glossario sono tratte da varie fonti, tra cui Mestiere di scrivere; Brand Journalism; Stefano Busolin nel volume curato da Cospe, Manitese, Ucodep, 2004, *Le troppe verità e l'informazione come diritto*, Firenze, Regione Toscana; Dizionario Treccani Online; Dizionario Nuovo De Mauro Online. Le definizioni delle voci tratte dalle fonti digitali sono state, in alcuni casi, leggermente riformulate.

Agenzia di stampa: agenzia che fornisce tempestivamente notizie di carattere politico, commerciale o simile a giornali, a privati o a enti pubblici, specialmente in abbonamento.

Apertura: articolo pubblicato in prima pagina, la notizia più importante del giorno.

Attacco: è la parte iniziale di un articolo e deve fornire gli elementi fondamentali della notizia.

Background: complesso degli elementi necessari per conoscere meglio un fatto.

Ballon d'essai: notizia diffusa per registrare la reazione dell'opinione.

Battage: servizio giornalistico a sostegno di un evento o di un personaggio pubblico.

Battuta: unità di misura della lunghezza dell'articolo.

Blog: diario elettronico, allocato in un sito web e continuamente aggiornabile, corredato in genere degli eventuali commenti dei visitatori. Il *blogger* è l'autore di un blog.

Blurb: letteralmente "fascetta pubblicitaria di un libro", sul web è una riga o un brevissimo paragrafo (20-50 parole) che accompagna un link e che sintetizza il contenuto della pagina o del sito verso il quale si sta cliccando.

Boilerplate: nell'Information Technology è un testo che si può ri-usare senza cambiarlo di file in file. Nella comunicazione è il breve testo che descrive l'azienda o l'organizzazione alla fine del comu-

nicato stampa. Se si dice che un testo è “tutto boilerplate” si vuol intendere che è interamente riciclato.

Brand journalism: viene considerato come una delle professioni del futuro. Il suo compito è quello di comunicare la storia, l'attività i progetti delle aziende usando le tecniche giornalistiche. Parte dalla caratteristica distintiva e specifica del lavoro giornalistico: capire quando un fatto diventa notizia in base al pubblico che ha di fronte e fa sì che questa rilevanza sia messa al servizio della comunicazione di un marchio.

Breve: notizia composta da poche righe e senza titolo.

Box: piccolo spazio evidenziato nella pagina dedicato ad un approfondimento o ad un inciso.

Bozza: parte della pagina riprodotta per la correzione; detta anche “prova di stampa”.

Brainstorming: momento in cui si lanciano idee a ruota libera nella riunione di una redazione giornalistica.

Brucciatura: notizia diffusa con largo anticipo da altri mass media.

Buco: mancata pubblicazione di una notizia importante, apparsa sulle testate concorrenti; praticamente è un pezzo mai scritto e mai pubblicato.

Bufala: notizia di grande rilievo ma completamente falsa e/o tendenziosa.

Business writing: indica il complesso delle attività di scrittura necessarie alla promozione e alla vendita di servizi e di prodotti, ma anche dell'immagine stessa di un'azienda: manuali, brochure, pieghevoli, presentazioni, siti web.

Callout: breve nota, frase, istruzione aggiunta a un disegno, a una foto o a un testo per attirare l'attenzione su una particolare sezione.

Campagna: serie di articoli che appaiono in modo continuativo su di un determinato argomento.

Canard: notizia assolutamente priva di contenuto.

Content curation: l'attività di monitorare, individuare, selezionare e condividere i contenuti più interessanti o le risorse che si trovano in rete su un determinato tema: articoli, post, video, foto, applicazioni, tweet.

Content editing (detto anche *heavy editing* o *substantive editing*):

è l'editing che va oltre gli aspetti puramente formali per investire lo stile vero e proprio, l'organizzazione e la logica dei contenuti. Il *content editor* è un vero collaboratore dell'autore: la sua revisione mira ad arrivare a un testo ben costruito, scritto con chiarezza, capace di comunicare con efficacia a quel particolare tipo di pubblico. Il suo compito è quindi quello di indicare e migliorare le carenze di logica, sottolineare ed eliminare le parole gergali che possono non venire capite, rimettere mano ai periodi, ai titoli e alle *caption* per rendere il testo più chiaro, più leggibile e, nei casi migliori, più accattivante.

Capocronaca: articolo di apertura della pagina di cronaca cittadina di un quotidiano.

Capolettera: Lettera maiuscola iniziale e di dimensione maggiore rispetto al resto de corpo del testo.

Capopagina: redattore responsabile di una pagina.

Caporedattore: chi dirige una redazione, specialmente di un giornale.

Caposervizio: responsabile di una unità operativa del giornale.

Capello: breve testo che precede l'articolo e composto con caratteri più grandi.

Caption: è una didascalia, un sottotitolo, ma anche il brevissimo testo che accompagna o si insinua nel corpo del testo principale o un'immagine per evidenziare i messaggi più importanti.

Citizen journalism: è il giornalismo fatto dai cittadini, cioè non dai giornalisti di professione, che partecipano alla creazione dell'informazione attraverso i nuovi strumenti tecnologici. Abbatte i tempi di trasferimento dati concesso dal sistema Umts, amplifica le possibilità di accesso alla rete anche per chi voglia pubblicare propri contenuti. Si considera come la comunicazione del prossimo futuro, con i cittadini che potranno giocare un ruolo attivo nella raccolta, registrazione e diffusione di notizie e immagini.

Copyediting: detto anche "line editing", è la revisione di un testo per controllare che sia privo di errori. Errori di varia natura: errori di grammatica, refusi, punteggiatura, aderenza a determinati standard di comunicazione, concordanza tra numeri e note, correttezza dei nomi propri, numerazioni (tabelle, cifre, note, che siano in sequenza e che nessuna manchi), acronimi (sciolti per la prima volta e poi ripetuti correttamente lungo tutto il testo). Un buon *copyeditor* sa asciugare il testo, eliminando le parole inutili, e indicare all'autore

possibili miglioramenti di tipo formale.

Copywriting è l'attività di scrivere i testi promozionali in senso lato. Testi che devono informare, convincere, persuadere, vendere. Il *copywriter* scrive quindi per una pluralità di strumenti di comunicazione: annunci pubblicitari, spot, slogan, brochure, cataloghi, bilanci, rapporti annuali, articoli, discorsi, newsletter, intranet e siti internet.

Cartella: unità di misura della lunghezza del pezzo convenzionalmente pari a 30 righe di 60 battute l'una.

Catenaccio: ulteriore titolo posto sotto a quello principale come una specie di sintesi dell'articolo.

Cavallo: informatore personale di un giornalista.

Cavallo di ritorno: notizia scambiata come "fresca" e quindi lanciata erroneamente con risonanza.

Censura: azione preventiva attraverso la quale un potere governativo non autorizza la pubblicazione di determinate notizie.

Centro: notizia che occupa nella pagina, una posizione centrale, spesso la prima pagina del giornale.

Centrotesta: spazio tra "apertura" e "spalla", in alto, al centro della pagina.

Chiusura: fase finale del ciclo di lavoro di una redazione.

Civetta: segnalazione in prima pagina di un articolo che appare nelle pagine interne.

Cocodrillo: articolo "in memoria, in ricordo di ..." e scritto già da tempo; fa parte dell'archivio del giornale e viene pubblicato in occasione della scomparsa di un personaggio pubblico.

Colonna: spazio predeterminato in cui viene suddivisa verticalmente la pagina di una testata giornalistica; generalmente i quotidiani hanno 9 colonne, i tabloid 6 e i periodici da 2 a 5.

Colophon: spazio dedicato alle notizie interne alla redazione.

Commento: articolo che non parla di un fatto, ma esprime una interpretazione o una opinione; di solito affianca un articolo in cui appaiono le notizie del momento.

Comunicato stampa: comunicazione ufficiale diramata alle sedi dei giornali perché venga pubblicata.

Contornato: richiamo e riassunto a notizie o servizi contenuti nelle pagine interne.

Cucina: lavoro di correzione degli articoli inviati dai collaboratori esterni o dalle agenzie.

Cronaca bianca: sezione della cronaca che si occupa della vita amministrativa, dei problemi sociali e politici della città.

Cronaca nera: cronaca che riguarda delitti e fatti di sangue: omicidi, violenze, processi giudiziari, incidenti stradali, furti etc.

Cronaca rosa: cronaca che riguarda la vita privata dei personaggi famosi, specialmente con riferimento alle vicende sentimentali.

Data analyst o data scientist: Il data analyst è una figura complessa e trasversale, in possesso non solo di competenze di *web analysis* ma anche di statistica e informatica. Deve essere in grado di orientarsi nel mare magnum d'informazioni più o meno sensibili che riguardano la propria impresa editoriale, al fine di individuare particolari ricorrenze, evidenziare eventuali criticità, trovare soluzioni per risolvere determinati problemi e facilitare il lavoro della redazione.

Data journalism: particolare genere giornalistico che per lo svolgimento della professione utilizza tecniche statistiche, di visualizzazione e procedure per l'estrazione e l'analisi di informazioni da una fonte di dati. L'uso di testo è assente, o di gran lunga ridotto, per lasciare spazio alla rappresentazione visiva. Secondo alcune interpretazioni, tale genere può essere considerato una variante della pratica che fa uso delle strategie narrative consentite dalle tecnologie digitali (*digital storytelling*). Il *data journalism* si è sviluppato grazie alla convergenza di due fenomeni: da un lato la crescita di archivi e basi dati sui temi più disparati messi a disposizione da diversi enti (pubblici o privati), dall'altro il proliferare di servizi web che consentono l'analisi e la visualizzazione delle informazioni senza possedere competenze tecniche specifiche.

Engager o growth manager: è colui che ha il compito di fidelizzare ed estendere la comunità di lettori (fan, followers, etc) del prodotto editoriale di cui si occupa, attraverso campagne mirate, strategie comunicative precise e attività di pubbliche relazioni online. L'obiettivo è intercettare nuovi utenti potenzialmente interessati e farsi conoscere all'interno di gruppi e comunità che trattano di argomenti affini.

Direttore di testata: responsabile della redazione giornalistica di

un'emittente, che imposta l'impaginazione dei telegiornali e conduce talvolta l'edizione principale.

Dispaccio: notizia segnalata da un'agenzia di stampa.

Distico: breve introduzione o presentazione posta all'inizio di un articolo di giornale e stampata in carattere diverso da quello dell'articolo stesso.

Divulgazione scientifica e giornalismo scientifico: la divulgazione scientifica può essere associata al giornalismo scientifico se viene intesa come una forma di mediazione culturale fra il mondo scientifico e quello della gente comune; ma, a differenza del giornalismo, la sorgente stessa dei contenuti e dei metodi oggetto della trasmissione risiede nella cultura generale e diffusa, ampiamente consolidata e condivisa dalla specifica comunità scientifica di riferimento. Divulgazione scientifica e giornalismo scientifico dovrebbero necessariamente avere un contenuto informativo ed una finalità formativa.

Dossier: raccolta di articoli, documenti, manoscritti, rapporti e fotografie su di un unico argomento.

Editing l'attività di revisione di un testo. *L'editor* è il partner dello scrittore e l'avvocato del lettore: aiuta il primo a migliorare i suoi testi per renderli comprensibili e piacevoli al secondo. In un'azienda, l'editor usa le parole per raccontare, divulgare e promuovere le attività, i prodotti, le persone e i valori aziendali verso il mondo esterno. E i suoi compiti sono quindi i più vari perché deve "tradurre", riadattare e riscrivere i testi per gli strumenti di comunicazione più diversi: dalle presentazioni tecniche ai documenti di marketing, dai discorsi alle pagine web.

Editor e Content creator: chi scrive e crea i contenuti in un'impresa editoriale. L'unità di misura dell'informazione digitale non è più la *neus* (che, ovviamente, riveste sempre un ruolo fondamentale) ma il *content*, cioè una notizia debitamente filtrata, curata, presentata e infine pubblicata a seconda dei propri scopi.

Editoriale: articolo di un giornale o di una rivista; generalmente di prima pagina, scritto specialmente dal direttore, in cui è espressa la linea politica e editoriale del giornale stesso.

Executive summary: è o dovrebbe essere un "business plan in miniatura". Lungo da un minimo di mezza cartella a un massimo di due e scritto al presente, l'*executive summary* dovrebbe contenere tutti i punti importanti del *business plan*, dagli obiettivi ai contenuti,

dalle soluzioni proposte alle raccomandazioni/warning.

Fact-checker: chi controlla l'attendibilità e l'esattezza dei fatti all'interno della redazione.

Fake News: Locuzione inglese (lett. notizie false), entrata in uso nel primo decennio del XXI secolo per designare un'informazione in parte o del tutto non corrispondente al vero, divulgata intenzionalmente o non intenzionalmente attraverso il Web, i media o le tecnologie digitali di comunicazione, e caratterizzata da un'apparente plausibilità, quest'ultima alimentata da un sistema distorto di aspettative dell'opinione pubblica e da un'amplificazione dei pregiudizi che ne sono alla base, ciò che ne agevola la condivisione e la diffusione pur in assenza di una verifica delle fonti.

Finestrella: piccolo spazio pubblicitario ma di grande efficacia perché posto in prima pagina.

Flash: breve notizia trasmessa da un'agenzia di stampa.

Fogliettone: articolo che parla di un argomento curioso o frivolo e che viene utilizzato per rendere più soft la lettura.

Fondo: commento di una personalità autorevole su un fatto di grande importanza collocato quasi sempre in prima pagina.

Fonte: origine dell'informazione di un articolo, deve sempre essere rigorosamente controllata.

Fotonotizia: nei giornali, immagine fotografica che basta da sola a fornire una notizia, anche senza didascalia.

Fotoreporter: chi realizza servizi fotografici a scopo giornalistico.

Free press: stampa quotidiana distribuita gratuitamente nei grandi centri urbani, specialmente in prossimità o all'interno delle stazioni delle linee metropolitane.

Gabbia: struttura della pagina che compone il menabò.

Gazzettino: breve notizia senza titolo.

Gerenza: sezione in cui vengono indicati i nomi del direttore, della casa editrice, dello stampatore, la tiratura, la concessionaria di pubblicità, il prezzo e la data di registrazione presso il Tribunale.

Ghiacciaia: archivio di articoli già pronti, da pubblicare in caso di emergenza.

Ghost writer: letteralmente lo "scrittore fantasma", è chi nasconde

il suo nome ma presta la sua penna e il suo talento letterario a qualcun altro che ha i soldi per pagarsi un *ghost*.

Incipit: inizio o attacco dell'articolo.

Infodemia: Circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, talvolta non vagliate con accuratezza, che rendono difficile orientarsi su un determinato argomento per la difficoltà di individuare fonti affidabili.

Inserito: in un giornale, quotidiano o periodico, fascicolo dedicato a un argomento specifico, stampato a parte e inserito periodicamente come supplemento: l'inserito del lunedì, l'inserito sulla salute.

International editing: è l'editing che si esegue sui testi tradotti. Tradurre bene e correttamente i contenuti è infatti solo il primo passo per rendere un testo credibile, scorrevole e piacevole da leggere. Di fronte a una traduzione il buon editor deve essere capace di riscriverne anche delle parti, senza tradire contenuti e informazioni.

Intervista: riproduzione scritta, rivista e corretta, di un dialogo avvenuto tra il giornalista e l'intervistato.

Ipertesto: complesso strutturato di informazioni testuali, contenute in un sistema informatico, unite fra loro da rimandi e collegamenti logici che consentono una consultazione secondo percorsi non sequenziali.

Lancio: notizia che l'agenzia di stampa invia ai giornali.

Lead: parte iniziale di un articolo che offre al lettore gli elementi importanti della notizia.

Linea editoriale: parametri di lavoro di un giornale, scelti dal direttore e/o dall'editore.

Magazine: rivista, periodo; usato anche per indicare il supplemento settimanale di alcuni quotidiani.

Manchette: riquadro in prima pagina che preannuncia un articolo nelle pagine interne.

Mattinale: bollettino, comunicati e altro materiale che viene distribuito ogni giorno dalle questure e dai commissariati di polizia.

Media event: notizie non vere o in parte, che vengono manipolate per influenzare l'opinione pubblica.

Menabò: modello per l'impaginazione di un lavoro a stampa, costi-

tuito da fogli su cui sono incollati nell'ordine esatto i testi in bozza ritagliati e le copie delle illustrazioni.

Metadata: i “dati sui dati” sono sempre più indispensabili per indicizzare i documenti web e soprattutto per farli trovare e quindi leggere. I principali dati da inserire nell'HTML sono i seguenti: titolo della pagina, abstract, autore, parole chiave.

Microcontent: è un termine coniato [Jakob Nielsen](#), considerato come il guru della scrittura online. Indica i titoli, i sottotitoli, i link, le voci di indice di una pagina web, cioè tutte quelle “perle di chiarezza” di 50 caratteri al massimo che devono contenere e spiegare al lettore il *macrocontent* di intere pagine e quindi attrarlo e guidarlo all'interno di un sito. Esercitarsi sul *microcontent* è naturalmente una delle sfide più difficili per il talento editoriale dello scrittore online.

Mobile journalism: è spesso definito come una nuova forma di storytelling che prevede l'uso prevalente di dispositivi mobili e dotati di una connessione (come smartphone, tablet, ecc.) per confezionare, pubblicare e distribuire storie, intese in senso giornalistico.

Nota: articolo che informa le fasi importanti della giornata politica.

Notizia: articolo di dimensioni limitate che fornisce solo informazioni essenziali alla comprensione del fatto.

Occhiello: frase sopra il titolo che introduce l'articolo.

Orfana: riga di testo lasciata da sola in fondo ad una colonna.

Pallino: breve notizia senza titolo.

Pastone: articolo che comprende un impasto di notizie, dichiarazioni e commenti su uno stesso argomento.

Press release: comunicato stampa redatto sotto forma di articolo redazionale.

Prima pagina: pagina iniziale che caratterizza la testata di un quotidiano o di un periodico; contiene le notizie più importanti della giornata, della settimana o del mese.

Piramide rovesciata: da sempre tra i primi rudimenti appresi da ogni aspirante giornalista anglosassone, è il modello di organizzazione dei contenuti che parte dalle conclusioni per scendere via verso una maggiore complessità e ulteriori dettagli. Un modello particolarmente adatto e raccomandato anche sul web, dove è lo “strillo”, il titolo, quello che attira subito l'attenzione del lettore.

Post-verità: argomentazione, caratterizzata da un forte appello all'emozionalità, che basandosi su credenze diffuse e non su fatti verificati tende a essere accettata come veritiera, influenzando l'opinione pubblica.

Proofreading: è l'ultimo controllo di un testo, quello che si fa alla ricerca dei refusi e degli errori di formattazione.

Rassegna stampa: trasmissione o pubblicazione che riporta sinteticamente gli argomenti principali diffusi dalla stampa.

Redazione: componenti dell'ufficio dove viene realizzata la testata.

Reportage: servizio realizzato con testo ed immagini che descrive un luogo, un ambiente, una realtà sociale. Il reportage viene effettuato dal reporter. Il reporter viene chiamato corrispondente, inviato speciale, o anche cronista.

Rubrica: appuntamento fisso tenuto da un esperto e legato al mondo politico, sociale, scientifico, dello spettacolo, delle arti.

Scheda: vi vengono raccolti dati e informazioni allegati ad una notizia, pezzo di appoggio a un servizio, a un reportage, ad un'inchiesta.

Science influencer: sono considerati come la versione "social" del divulgatore scientifico e insegnano come comunicare (bene) la scienza in rete.

Scoop: notizia clamorosa ed in esclusiva.

Servizio: articolo di lunga dimensione che prevede un approfondimento dei fatti, affiancato da dati, testimonianze, interviste.

Slow journalism: un modello di giornalismo ispirato alla verifica delle fonti, all'accuratezza e alla qualità dei prodotti e, soprattutto, a una missione di servizio per il pubblico. Legato a un omonimo movimento, nasce infatti come risposta alla presunta crisi del giornalismo tradizionale e alle distorsioni di quello digitale.

Smentita: dissociazione dell'intervistato dalle dichiarazioni che una testata gli ha attribuito.

Social media editor e community manager: il *social media editor* si occupa di distribuire nella maniera più efficace i contenuti prodotti dalla redazione sui social network, seguendo un copione specifico per ogni piattaforma, mentre il *community manager* ha il compito di rapportarsi con la comunità degli utenti, rispondendo alle domande e moderando le discussioni. Nelle imprese editoriali più grandi può esserci anche un *Social Media Strategist*, con il com-

pito di pianificare la presenza del proprio prodotto sui social media e controllare i risultati ottenuti.

Social journalism: noto anche come giornalismo partecipativo, giornalismo collaborativo o *open source journalism, street journalism* (v. *citizen journalism*). È un nuovo modo di fare giornalismo in cui i lettori partecipano attivamente, utilizzando l'interattività dei media digitali e della rete e gli strumenti facilitati di scrittura online, di creazione di video e di audio.

Soffietto: articolo scritto in modo accondiscendente verso un avvenimento di cronaca o un personaggio pubblico (politico, attore, sportivo, etc).

Sommario: lista degli articoli e dei redazionali contenuti nella pubblicazione completa del relativo numero delle pagine.

Stop press: spazio molto limitato che risulta ancora libero nell'impaginazione definitiva di un quotidiano; di solito viene utilizzato per l'inserimento di notizie flash d'agenzia.

Taglio: posizione degli articoli non collocati alla testata della pagina; *taglio alto* è il titolo impaginato sopra la metà della pagina, *taglio medio* è quello sulla metà e *taglio basso* quello sotto la metà della pagina.

Testata giornalistica: è il titolo di un periodico (come un giornale quotidiano o un settimanale) registrato secondo la legge. Si usa anche riguardo ai mezzi d'informazione diffusi su internet.

Timone: il complesso, in forma schematica, delle pagine previste per il giornale; comprende anche gli spazi destinati alla pubblicità e ai redazionali.

Titolo: parte di testo, in caratteri più grandi, che sovrasta un articolo.

Trafiletto: notizia molto breve posta generalmente in fondo alla pagina.

Trend reporter: Se prima il giornalista usciva dalla redazione per andare in giro a caccia di notizie, negli ultimi tempi si sta diffondendo questa figura professionale che si occupa di setacciare il web (e in particolare i cosiddetti "trending topic") alla ricerca di notizie e tendenze che, debitamente approfondite dagli editor e pubblicate nel giusto timing sui social, potrebbero dare origine a contenuti che sollecitano l'attenzione degli utenti e che ben s'inseriscono nelle conversazioni "calde" del momento.

Refuso: carattere usato erroneamente nella composizione al posto di quello giusto. Viene di solito chiamato “errore di stampa”.

Style guide: l'indispensabile vademecum di ogni *editor* - soprattutto all'interno di grandi organizzazioni, aziende, giornali - per assicurare correttezza e coerenza editoriale e stilistica a tutta la comunicazione scritta, sia online che offline. Pochissimo usata in Italia, è considerata una sorta di Bibbia in tutti i grandi quotidiani e magazine del mondo anglosassone. Un esempio per tutti: quella dell'*Economist*.

Usability: è ciò che chiede all'utente di un sito di pensare il meno possibile, fornendogli un ambiente nel quale può muoversi a suo agio, trovando senza sforzo ciò che gli serve. Quindi l'usabilità è un insieme di chiarezza, qualità estetiche, capacità comunicativa e interattiva, velocità della fruizione e della consultazione. Il web editor, che scrive e organizza i contenuti dei siti, è uno dei massimi responsabili della *web usability*.

Velina: nota sulle notizie da diffondere e sulle modalità della loro impostazione.

Viscosità. Si tratta di un indice di Internet che misura quanto è probabile che degli utenti visitino e ritornino sul tuo sito dopo il primo e il secondo click.

Webzine: è un “electronic magazine”, cioè una rivista pubblicata e distribuita solo sul web.

Web content editor: è una figura professionale con competenze nell'universo della scrittura sul web. Questa figura ha una elevata capacità di scrittura che le consente di realizzare dei testi creativi e ottimizzati per il un target specifico del web. Sa inoltre scrivere contenuti adatti ad ogni canale di comunicazione: dalle newsletter ai social network.

XML: l'Extensible Markup Language è l'erede dell'HTML. Mentre quest'ultimo descrive semplicemente come il testo deve essere presentato sulla pagina web, l'XML riguarda direttamente la classificazione e la strutturazione del contenuto.

BIBLIOGRAFIA

Angela P., 2009, *Le vie della divulgazione scientifica. Tradurre dall'italiano in italiano*, Treccani.

[http://www.treccani.it/enciclopedia/le-vie-della-divulgazione-scientifica-\(XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/le-vie-della-divulgazione-scientifica-(XXI-Secolo)/).

Antonelli G., 2016, *L'italiano nella società della comunicazione 2.0*, Bologna, Il Mulino.

Antonelli G., 2009, *Scrivere e digitare*, www.treccani.it/enciclopedia/scrivere-e-digitare-%28XXI-Secolo%29/.

Baldini M., 2004, *Elogio dell'oscurità e della chiarezza*, Roma, Armando Editore – Luiss University Press.

Binotto M., Martino V. (a cura di), 2004, *FuoriLuogo. L'immigrazione e i media italiani*, Roma-Cosenza, RAI ERI Pellegrini Editore.

Binotto M., Martino V., 2004, *Se la notizia è clandestina. Il Monitor su informazione e immigrazione*, in Binotto M., Martino V., 2004, *FuoriLuogo. L'immigrazione e i media italiani*, Roma-Cosenza, RAI ERI Pellegrini Editore pp. 13-28.

Bonucci E., 1999, *Scrivere per i giornali*, in S. Gensini (a cura di), *Manuale della comunicazione*, Roma, Carocci, pp. 289-313.

Bortolini U., Tagliavini C., Zampolli A., 1972, *Lessico di frequenza della lingua italiana contemporanea*, Milano, Garzanti.

Calvet L-J., 1999, *La guerre des langues*, Paris, Hachette.

Calvino I., 1965, "L'antilingua", in *Una pietra sopra. Discorsi di letteratura e società*, Milano, Arnoldo Mondadori Editore, 1995, pp. 149-154 [prima pubblicazione su "Il Giorno", 3 febbraio 1965].

Caputo C., 2016, *Semiotica della scrittura*, in *Filosofi(e)Semiotiche*, Vol. 3, N. 1, 2016, pp. 25-36.

Carrada L., 2008, *Il mestiere di scrivere. Le parole al lavoro, tra carta e web*, Milano, Apogeo.

Cortelazzo M. A. 1994, *Lingue speciali. La dimensione verticale*, Padova, Unipress.

Cospe, Manitese, Ucodep (a cura di), *Le troppe verità e l'informazione come diritto*, Firenze, Regione Toscana.

D'Avenia A., 2020, *Infodemia*, https://www.corriere.it/alessandro-d-avenia-ultimo-banco/20_maggio_04/34-infodemia-f687884a-8d4e-11ea-876b-8ec8c59e51b8.shtml.

De Mauro T., 2018, *Educazione linguistica democratica*, Roma-Bari, Laterza.

- De Mauro T., 2016, *Il Nuovo vocabolario di base della lingua italiana*, <https://www.internazionale.it/opinione/tullio-de-mauro/2016/12/23/il-nuovo-vocabolario-di-base-della-lingua-italiana>.
- De Mauro T., 2014, *Storia linguistica dell'Italia repubblicana*, Roma-Bari, Laterza.
- De Mauro T., 1994, *Capire le parole*, Roma-Bari, Laterza.
- De Mauro T., 1980, *Guida all'uso delle parole*, Roma-Bari, Laterza.
- De Mauro T., 1963, *Storia linguistica dell'Italia unita*, Roma-Bari, Laterza.
- Ferrini C., Paris O., 2019, *I discorsi dell'odio. Razzismo e retoriche xenofobe sui social network*, Roma, Carocci.
- Franchina V., Vacca R., 1986, *Taratura dell'indice di Flesh su un testo bilingue italiano-inglese di un unico autore*, "Linguaggi", III, 3, PP. 47-49.
- Franchini R., 2020, *L'educativo digitale prima, durante e dopo il Coronavirus*, <http://www.tuttoscuola.com/educativo-digitale-prima-durante-e-dopo-il-coronavirus/>.
- Godano, S., 2020, *Media e diversità, in Italia redazioni prive di giornalisti stranieri*, <https://vociglobali.it/2020/01/29/media-e-diversita-in-italia-redazioni-prive-di-giornalisti-stranieri/>.
- Grandi N., Masini F. (a cura di), 2020, *La linguistica della divulgazione, la divulgazione della linguistica*, Roma, Società di Linguistica Italiana.
- Gualdo R., 2007, *L'italiano dei giornali*, Roma, Carocci.
- Hindman M., 2019, *La trappola di Internet. Come l'economia digitale costruisce monopoli e mina la democrazia*, Torino, Einaudi.
- Istat, 2013, *Classificazione delle professioni* https://www.istat.it/it/files/2013/07/la_classificazione_delle_professioni.pdf.
- Istat, 2017, *L'uso della lingua italiana, dei dialetti e delle lingue straniere*, ISTAT https://www.istat.it/it/files/2017/12/Report_Uso-italiano_dialetti_altrelingue_2015.pdf.
- Istat, 2018, *Rapporto sulla conoscenza 2018. Economia e società*, ISTAT <https://www.istat.it/storage/rapporti-tematici/conoscenza2018/Rapporto-conoscenza2018.pdf>.
- Istat, 2019a, *Livelli di istruzione della popolazione e ritorni occupazionali*, ISTAT https://www.istat.it/it/files/2019/07/Report-Livelli-di-istruzione-e-ritorni-occupazionali_2018.pdf.
- Istat, 2019b, *Produzione e lettura dei libri in Italia*, ISTAT <https://www.istat.it/it/files/2019/12/Report-Produzione-lettura-libri-2018.pdf>.
- Istat, 2019c, *Annuario Statistico Italiano*, ISTAT, <https://www.istat.it/it/files/2019/12/Asi-2019.pdf>.
- Klein G., 1986, *Politica linguistica del fascismo*, Bologna, Il Mulino.
- Lavinio C., 2004, *Comunicazione e linguaggi disciplinari. Per un'educazione linguistica trasversale*, Roma, Carocci.
- Levi P., 1985, *L'altrui mestiere*, Torino, Einaudi.

- Lo Piparo F., *Aristotele e il linguaggio*, Roma-Bari, Laterza.
- Locke J., 1972 [1951 I ed. trad. it.], *Saggio sull'intelligenza umana*. Libro III, Roma-Bari, Laterza.
- Lorusso A.M., 2018, *Postverità*, Roma-Bari, Laterza.
- Masini F., Grandi N. (a cura di), 2017, *Tutto ciò che hai sempre voluto sapere sul linguaggio e sulle lingue*, Cesena-Bologna, Caissa Italia.
- Milani L. [Scuola di Barbiana], 1967, *Lettere a una professoressa*, Firenze, Libreria editrice fiorentina.
- Medici M., Proietti D. (a cura di), 1992, *Il linguaggio del giornalismo*, Milano, Mursia.
- Montemagni S., 2020, *Strategie linguistiche della divulgazione scientifica: una prospettiva linguistico-computazionale*, in Grandi N., Masini F. (a cura di), *La linguistica della divulgazione, la divulgazione della linguistica*, Roma, Società di Linguistica Italiana; pp. 79-104.
- Morabito V., 1992, *Il saggio africano Amadou Hampâté Bâ tra le vestigia della memoria*, in Rivista trimestrale di studi e documentazione dell'Istituto italiano per l'Africa e l'Oriente, Anno 47, N° 3, pp. 434-442.
- Morcellini M., 2004, *Alle porte della cittadella medievale. Preludio alla lettura*, in Binotto M., Martino V. (a cura di), *FuoriLuogo. L'immigrazione e i media italiani*, Roma-Cosenza, RAI ERI Pellegrini Editore, pp. 5-11.
- Morone A., De Mauro T., 2008, *Livelli di partecipazione alla vita della cultura in Italia*, Roma, Fondazione Mondo Digitale.
- Nalbone D., Puliafito A., 2019, *Slow journalism. Chi ha ucciso il giornalismo*, Roma, Fandango Libri.
- OCDE, 2019, *Programme for International Students Assessment (PISA). Results from PISA 2018*, https://www.oecd.org/pisa/publications/PISA2018_CN_ITA_IT.pdf.
- Pagano U., 2001, *La comunicazione nelle situazioni di rischio*, in "Quaderni di sociologia", 25, pp. 109-124.
- Palermo M., 2017, *Italiano scritto 2.0. Testi e ipertesti*, Roma, Carocci.
- Petrilli R., 2020, *Hate speech. L'odio nel discorso pubblico. Politica, media, società*, Roma, Round Robin Editrice.
- Piemontese M. E., 1996, *Capire e farsi capire. Teorie e tecniche della scrittura controllata*, Napoli, Tecnodid.
- Simone R., 2001, *Tre paradigmi di scrittura*, in S. Covino (a cura di), *La scrittura professionale. Ricerca, prassi, insegnamento*, Firenze, Olschki, pp. 33-52.
- Simone R., 1987, *Specchio delle mie lingue*, in "Italiano e oltre", 2, pp. 53-59.
- Siebetcheu R., 2006, *Due uomini e quattro stranieri". Media e immigrazione a Siena, Tesi di laurea magistrale*, Università per Stranieri di Siena, Anno Accademico 2005-2006.
- Staglianò R., 2002, *Giornalismo 2.0. Fare informazione al tempo di Internet*, Roma, Carocci.

Società Biblica di Ginevra, 2016, *La Sacra Bibbia. Nuova Riveduta 1994*, Romanel-sur-Lausanne, Società Biblica di Ginevra.

Vacca R., 1972, *Per una critica quantitativa: romanzi a chilometri*, "Il Messaggero", 12/12/72.

Vedovelli M., 1981, *La lingua degli stranieri immigrati in Italia*, in "Lingua e nuova didattica", 3, luglio, pp. 17-23.

Vedovelli M., 2010, *Guida all'italiano per stranieri. Dal Quadro comune europeo per le lingue alla Sfida salutare*, Carocci, Roma.

Vedovelli M., 2011, *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Roma, Carocci.

Vedovelli M. (a cura di), 2017, *L'italiano dei nuovi italiani*, Roma, Aracne editrice.

Bibliografia consigliata

Si consiglia di prendere in considerazione la seguente bibliografia minima per approfondire lo studio di alcuni temi affrontati nel presente ebook.

Scrittura professionale stampata e digitale

Alfieri G., Bruni F., Fornasiero S., Tamiozzo Goldmann S., 1997, *Manuale di scrittura e comunicazione*, Bologna, Zanichelli.

Arcangeli M., 2015, *Biografia di una chiocciola. Storia confidenziale di @*, Roma, Castelvecchi.

Arcangeli M., 2016, *Breve storia di Twitter*, Roma, Castelvecchi.

Bruni F., Fornasiero S., Tamiozzo Goldmann S., 1997, *Manuale di scrittura professionale*, Bologna, Zanichelli.

Cignetti L., Fornara S., 2017, *Il piacere di scrivere. Guida all'italiano del terzo millennio*, Roma, Carocci.

Corno D., 2019, *Scrivere e comunicare. La scrittura in lingua italiana in teoria e in pratica*, Torino, Person.

Covino S. (a cura di), 2001, *La scrittura professionale. Ricerca, prassi, insegnamento*, Firenze, Olschki.

Dardano M., Giovanardi C., 2001, *Le strategie dell'italiano scritto*, Bologna, Zanichelli.

Ferrari A., 2019, *Che cos'è un testo*, Roma, Carocci.

Fiorentino G., 2011, *Frontiere della scrittura. Lineamenti di web writing*, Roma, Carocci.

Fiormonte D., Cremascoli F., 1998, *Manuale di scrittura*, Torino, Bollati Boringhieri.

Gheno V., 2017, *Social-linguistica. Italiano e italiani dei social network*, Firenze, Franco Cesati Editore.

Lubello S. (a cura di), 2018, *L'e-taliano. Scriventi e scritture nell'era digitale*,

Firenze, Franco Cesati Editore.

Orletti F. (a cura di), 2004, *Scrittura e nuovi media. Dalle conversazioni in rete alla Web usability*, Roma, Carocci.

Palermo M., 2013, *Linguistica testuale dell'italiano*, Bologna, Il Mulino.

Palermo M., 2017, *Italiano scritto 2.0. Testi e ipertesti*, Roma, Carocci.

Serianni L., 2003, *Italiani scritti*, Bologna, Il Mulino.

Serianni L., 2019, *L'italiano. Parlare, scrivere, digitare*, Roma, Treccani, Istituto Enciclopedia Italiana.

Tavosanis M., 2011, *L'italiano del web*, Roma, Carocci.

Educazione linguistica

De Mauro T., 1963, *Storia linguistica dell'Italia unita*, Roma-Bari, Laterza.

De Mauro T., 2014, *Storia linguistica dell'Italia repubblicana*, Roma-Bari, Laterza.

De Mauro T., 2018, *Educazione linguistica democratica*, Roma-Bari, Laterza

Vedovelli M., 2011, *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Roma, Carocci.

Leggibilità, comprensibilità e semplificazione dei testi

Baldini M., 1989, *Parlar chiaro, parlar oscuro*, Roma-Bari, Laterza.

Baldini M., 2004, *Elogio dell'oscurità e della chiarezza*, Roma, Armando Editore – Luiss University Press.

Bortolini U., Tagliavini C., Zampolli A., 1972, *Lessico di frequenza della lingua italiana contemporanea*, Milano, Garzanti.

De Mauro T., 1994, *Capire le parole*, Roma-Bari, Laterza.

De Mauro T., 2008, *La fabbrica delle parole. Il lessico e problemi di lessicologia*, Torino, Utet.

De Mauro T., 2019 *Guida all'uso delle parole*, Roma-Bari, Laterza.

De Mauro T., Piemontese M.E., Vedovelli M. (a cura di), 1986, *Leggibilità e comprensione*, Atti dell'incontro di studio, Roma, 26-27 giugno 1986, "Linguaggi", III, 3.

Lepri S., 1989, *Scrivere bene e farsi capire*, Torino, Gutemberg 2000.

Piemontese M. E., 1996, *Capire e farsi capire. Teorie e tecniche della scrittura controllata*, Napoli, Tecnodid.

Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per la Funzione Pubblica 1993, *Codice di stile delle comunicazioni scritte ad uso delle amministrazioni pubbliche*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato.

Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per la Funzione Pubblica 1996, *Manuale di stile*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato.

Linguaggio giornalistico

- Agostini A., 2004, *Giornalismo. Media e giornalisti in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Antonelli G., 2016, *L'italiano nella società della comunicazione 2.0*, Bologna, Il Mulino.
- Arcangeli M., 2001, *Se quella dei quotidiani italiani è una lingua. Con esercizi di riscrittura*, in "Lingua Nostra" LXIII, pp. 107-121.
- Bonomi I., 2002, *L'italiano giornalistico. Dall'inizio del '900 ai quotidiani on line*, Firenze, Cesati.
- Bonomi I., Morgana S. (a cura di), 2016, *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci.
- Dardano M., 1986, *Il linguaggio dei giornali italiani*, Roma-Bari, Laterza.
- Devoto G., 1939, *Le lingue speciali. Le cronache del calcio*, in "Lingua Nostra", I, pp. 17-22.
- Faustini G. (a cura di), 1995, *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Roma, La Nuova Italia Scientifica.
- Gensini S. (a cura di), 1999, *Manuale della comunicazione*, Roma, Carocci.
- Giovanardi C., 2006, *Il linguaggio sportivo*, in P. Trifone (a cura di), *Lingua e identità*, Roma, Carocci, pp. 241-268.
- Lepri S., 1976, *Manuale di linguaggio giornalistico*, Milano, EtasLibri.
- Lepri S., 1991, *Professione giornalista*, Milano, EtasLibri.
- Lorusso A.M., Violi P., 2004, *Semiotica del testo giornalistico*, Roma-Bari, Laterza.
- Medici M., Proietti D. (a cura di), 1992, *Il linguaggio del giornalismo*, Milano, Mursia.
- Morcellini M. (a cura di), 2020, *Il medioevo italiano. Industria culturale, TV e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Roma, Carocci.
- Murialdi P., 1975, *Come si legge un giornale*, Bari, Laterza.
- Murialdi P., 1998, *Il giornale*, Bologna, Il Mulino.
- Papuzzi A., 1998, *Professione giornalista. Tecniche e regole del mestiere*, Roma, Donzelli.
- Simone R., 2001, *Tre paradigmi di scrittura*, in S. Covino (a cura di), *La scrittura professionale. Ricerca, prassi, insegnamento*, Firenze, Olschki, pp. 33-52.
- Sorrentino C. (a cura di), 2003, *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Roma, Carocci.
- Staglianò R., 2002, *Giornalismo 2.0. Fare informazione al tempo di Internet*, Roma, Carocci.
- Tarantini N., 1998, *Il nostro giornale quotidiano. Il mestiere di giornalista*, Milano, Pratiche.

Divulgazione scientifica

Clerici L., 2018, *Libri per tutti. L'Italia della divulgazione dall'Unità al nuovo secolo*, Roma-Bari, Laterza.

De Mauro T. (a cura di), 1994, *Studi sul trattamento linguistico dell'informazione scientifica*, Roma, Bulzoni.

Govoni P., 2002, *Un pubblico per la scienza. La divulgazione scientifica nell'Italia in formazione*, Roma, Carocci.

Grandi N., Masini F. (a cura di), 2020, *La linguistica della divulgazione, la divulgazione della linguistica*, Roma, Società di Linguistica Italiana.

Liberati G., 2018, *Le scienziate e la divulgazione scientifica. Dal secondo Ottocento agli anni Quaranta del Novecento*, Napoli, Guida.

Masini F., Grandi N. (a cura di), 2017, *Tutto ciò che hai sempre voluto sapere sul linguaggio e sulle lingue*, Cesena-Bologna, Caissa Italia.

Scamuzzi S., Tipaldo G., (a cura di), 2015, *Apriti scienza. Il presente e il futuro della comunicazione della scienza in Italia tra vincoli e nuove sfide*, Bologna, Il Mulino.

