

## 4. SCRITTURA E WEB

### 4.1 IL TESTO PER IL WEB: UNA SCRITTURA FLESSIBILE E CREATIVA

#### Caratteristiche della scrittura on-line

Costruire pagine web con testi pensati e scritti per la carta è del tutto inutile! Tempo, energie e lavoro buttato al vento!

La scrittura on line ha caratteristiche diverse da quella della carta e rappresenta l'occasione buona per abbandonare il burocratese o per provare ad abbandonarlo!

È condizionata dall'ipertestualità, dal fatto che la lettura avviene tramite video e in modo molto rapido.



#### L'ipertesto e la sua struttura

La struttura classica del testo cartaceo – di tipo lineare, sequenziale, piuttosto rigida, che procede da sinistra a destra seguendo la regola della progressione dell'informazione – è inadeguata per il web; Internet ha aperto contemporaneamente a più tipi di linguaggi – immagini, animazioni, suoni... – e, soprattutto, a un diverso modo di organizzare le informazioni: l'ipertesto.

In tale vocabolo la parola testo è preceduta dal prefisso della lingua greca *iper*, che significa “sopra, oltre, al di là”. L'ipertesto, quindi, è un testo che va al di là dei propri confini, a più dimensioni, costruito secondo un'organizzazione delle informazioni non più lineare e sequenziale, ma secondo le esigenze di chi scrive. Ha una struttura aperta, con al proprio interno altri testi tra loro collegati e accessibili mediante appositi legami – parole ben evidenziate con colori, sottolineature, ... (link): cliccando sulla parola in evidenza, si apre una nuova finestra e si accede a nuove e più approfondite informazioni, a nuovi e diversi testi.

George Paul Landow (teorico dell'ipertestualità):

*“Definirei l'ipertesto come qualsiasi forma di testualità – parole, immagini, suoni – che si presenti in unità di lettura o blocchi collegati da link.*

*Si tratta di una forma di testo che permette al lettore di abbracciare o di percorrere una gran quantità d'informazione. L'ipertesto è una forma di testo composta di blocchi di “scrittura” e immagini collegate da link, che permette una lettura multilineare: non una lettura non lineare o non sequenziale, ma una lettura multisequenziale”.*

La scrittura on line è flessibile, dinamica, interattiva e ha bisogno, ancora più di quella su carta, di essere progettata.

### **La dimensione del video**

Il testo on line è letto sul video del computer: lo schermo ha dimensioni limitate e questo rallenta la lettura di circa il 25% rispetto alla modalità ordinaria su carta. Il testo per il web, quindi, deve essere, ancora più del testo cartaceo, breve e chiaro.

### **I lettori del web**

I lettori del web sono molti, potenzialmente in aumento, con caratteristiche diverse, accomunati dall'essere "lettori non tradizionali": sembra che una percentuale molto alta dei web-navigatori – circa l'80% – non legga, ma scorra la pagina. È un po' come leggere un giornale: il testo deve incuriosire il lettore e non lasciarselo sfuggire.

## **Le regole della scrittura sul web**

Pur confermando le regole di comunicazione, di scrittura e di uso della punteggiatura già illustrate, ecco alcune indicazioni utili per un'efficace scrittura sul web.

### **1. Organizzazione delle informazioni**

- distinguere le informazioni principali da quelle secondarie e di dettaglio
- inserire collegamenti ipertestuali o link, scegliendoli e titolandoli con cura, perché da questi dipende gran parte dell'efficacia comunicativa del sito. I link sono le porte attraverso le quali il lettore entra, passo dopo passo, nel percorso di approfondimento dell'informazione: devono indicare con immediatezza dove conducono
- ricorrere a titoli, sottotitoli e sintesi dei contenuti, per favorire una lettura veloce
- usare la struttura del testo definita a "piramide invertita": prima l'informazione più importante, poi una breve sintesi dell'argomento trattato, poi il testo di approfondimento e i dettagli.

### **2. Brevità**

- ridurre la lunghezza del testo di almeno il 50%, per agevolare la lettura a video
- scrivere frasi e paragrafi brevi
- trattare un solo argomento per ogni pagina.

### 3. Essenzialità

- dare le informazioni essenziali e utili al lettore
- non ripetere le informazioni già date, ma inserire un apposito link
- eliminare le informazioni vecchie.

### 4. Informalità

preferire uno stile informale, quotidiano, da conversazione, con uso del “tu” quando è possibile.

### 5. Parole straniere

anche se nel web si è portati a impiegare frequentemente parole inglesi, non si deve esagerare: usare solo quelle che sono entrate a far parte della nostra lingua e, quindi, sono conosciute da tutti. In questi casi, se usate al plurale, non vogliono la “s” finale (esempi: *film* e non *films*, *computer* e non *computers*) o le altre forme di plurale e non vogliono il corsivo.

### 6. Numeri

scrivere i numeri con le cifre invece che con le lettere. Meglio “10” che “dieci”.

### 7. La punteggiatura

- preferire il punto fermo, più adeguato ad una scrittura semplice, concisa e chiara; non usarlo dopo i titoli e i sottotitoli
- usare poco le parentesi, perché appesantiscono il periodo.

### 8. La grafica

interessare il lettore con immagini, con un sapiente uso grafico dello spazio bianco e altri accorgimenti per rendere più attraente la pagina web.

### 9. Il carattere

scegliere un carattere che per tipologia e dimensione favorisca la lettura, gradevole per forma e con un alto livello di leggibilità.

### 10. Evidenze

- per evidenziare frasi o parole, non usare la sottolineatura, perché è riservata ai link e potrebbe confondere il lettore
- destinare il grassetto ai titoli e il corsivo alle parole straniere che non fanno parte del linguaggio comune
- non usare le maiuscole, tranne che per le sigle e gli acronimi
- ricorrere ai caratteri colorati, specialmente per titoli o sottotitoli.

## 4.2 SCRIVERE PER INTRANET

Intranet è il sito aziendale, la rete web riservata all'organizzazione: favorisce la comunicazione interna e facilita la condivisione di saperi, informazioni, attività e progetti.

È importante che tutti ne conoscano e ne condividano le regole, anche quelle di comunicazione e scrittura. Ciascun componente dell'organizzazione deve potersi riconoscere nello stile e nel linguaggio usato in rete dalla comunità.



Come Internet, anche intranet è caratterizzata dalla ipertestualità e per la scrittura valgono le stesse regole viste per il web:

- abbandono del burocratese
- brevità
- titoli e titoletti
- struttura della piramide invertita
- sintesi
- link per gli approfondimenti
- interazione
- stile informale
- uso d'immagini e grafica.

Tra un testo scritto per intranet e quello scritto per Internet, tuttavia, c'è una grande differenza: il primo è destinato ai colleghi, dei quali si conoscono le caratteristiche e i bisogni, il secondo può essere letto dal mondo intero, da persone di cui non si sa nulla. Così, chi scrive per intranet può permettersi, se necessario, di usare alcuni tecnicismi senza timore di non essere capito, perché fanno parte di un patrimonio di conoscenze comuni all'autore e al destinatario.

La particolarità del destinatario condiziona la costruzione dei testi e suggerisce alcuni consigli di comunicazione scritta:

**nei panni dei colleghi** - le informazioni devono essere utili ai colleghi per lavorare, quindi scrivere e pubblicare contenuti con queste caratteristiche. Porsi sempre la domanda "Che cosa vorrei trovare in intranet?" e mettersi nei panni dei colleghi: ciò che è meglio per noi, è meglio anche per loro! Favorire, soprattutto nei titoli, la ricerca per parole chiave;

in evidenza le informazioni che tutti devono conoscere, prestando attenzione a non riempire l'*home page* con troppi titoli o richiami: l'interesse alla intranet non s'impone, ma si costruisce dimostrandone i vantaggi;

**intranet è strumento di lavoro**, ne deve snellire l'organizzazione, accelerare gli scambi informativi e offrire risposte rapide. Così, per indicare le linee guida da seguire nello svolgimento di un'attività, non pubblicare per intero il testo della circolare del ministero o della direzione generale, ma sintetizzarlo, dividerlo per punti e renderlo navigabile: la lettura è più semplice e più veloce;

**intranet è strumento di comunicazione interna**, tanto più efficace, quanto più lo stile e il linguaggio usati sono rispettivamente amichevoli e informali: l'uso del "tu" e del "noi" deve caratterizzare il sito. Inoltre, i testi devono essere pensati per favorire il dialogo e la partecipazione, quindi è meglio prevedere spazi per suggerimenti, segnalazioni e commenti.

#### 4.3 E-MAIL: COME SCRIVERLA?

Il sistema di posta elettronica nasce nel 1971 per opera di Ray Tomlinson – ingegnere di una società di computer in California – che in seguito introdusse nell'indirizzo del destinatario del messaggio l'uso della chiocciola @, simbolo che in lingua inglese significa *at*, "presso".

L'e-mail è una delle invenzioni che, come Internet, hanno rivoluzionato il mondo del lavoro, il modo di comunicare e, ampliandolo, il concetto stesso di corrispondenza: ha annullato le distanze, è rapida ed economica. A volte può anche essere fastidiosa e non gradita da chi la riceve: la facilità dell'invio, spesso spinge a spedire il messaggio a tante persone, anche a chi non si conosce. Ognuno scrive come gli pare, senza porsi il problema di come farlo. L'anarchia regna sovrana e spesso i messaggi che arrivano non sono letti, ma cestinati.

All'interno di un ente pubblico, poi, la casistica è molto varia, anche perché tutti usano la posta elettronica e scrivere non è più prerogativa di pochi, come qualche anno fa: si passa da e-mail scritte con un tono troppo colloquiale, sbrigativo e trascurato a e-mail eccessivamente formali, scritte come fossero un vero e proprio atto amministrativo.

Per evitare, quindi, che ognuno si arrangi come può – cosa che in ambito professionale è molto rischiosa (il messaggio, scritto



bene o male, è letto e rimane) – ecco poche ma utili regole da seguire, oltre a quelle già viste per la scrittura sul web (Internet e intranet), per comporre un'e-mail efficace.



### 1. Ancora nei panni del destinatario

Prima di scrivere, pensare a chi leggerà il messaggio e ricordare il proprio commento e il proprio comportamento quando si riceve una lunga serie di e-mail, molte delle quali inutili.

A chi si scrive? Al collega, al dirigente, al sindacato, al cittadino, a un altro ente pubblico...?

La risposta a questa domanda condiziona non solo il contenuto, ma anche lo stile, il linguaggio, il tono dell'e-mail: a ognuno il suo.

### 2. Cordialità, buone maniere e buon senso

Aprire sempre l'e-mail con un saluto (esempio: *ciao, buongiorno, buonasera, salve, ...*) e chiuderla con ringraziamenti, l'augurio di buon lavoro o altro, secondo i casi.

### 3. Massima attenzione all'oggetto

Catturare l'attenzione del destinatario con un oggetto chiaro, preciso e, soprattutto, capace di creare interesse a leggere il contenuto del messaggio.

### 4. Brevità, chiarezza e niente errori ortografici

L'e-mail è caratterizzata dalla rapidità e dalla velocità: un testo lungo non è adeguato. Un breve messaggio, scritto con chiarezza e precisione, un solo argomento.

Alcune percentuali: sembra che solo il 15% dei destinatari legga fino in fondo le e-mail e che oltre il 50% si fermi alle prime righe!

### 5. Make-up in aiuto

Qualche trucco o accorgimento grafico rende il testo più leggibile: indice iniziale, righe bianche tra paragrafi, elenchi puntati e numerati, paragrafi brevi, righe corte - preferibilmente di 70 caratteri - link e immagini.

## 6. Vietati i formalismi

Quando ci si rivolge al destinatario, evitare di essere eccessivamente rispettosi, quindi non usare il maiuscolo nello scrivere “Lei, Suo, Voi, Vostro, ...” o stereotipi impersonali del tipo “rimanendo in attesa di un suo cortese cenno di riscontro, le porgo distinti saluti”.

## 7. L'utilità dei riferimenti

È opportuno, soprattutto quando non si conosce il destinatario, concludere l'e-mail con l'indicazione dei propri riferimenti (recapito, ruolo, ufficio, ...).

## 4.4 NETIQUETTE: IL GALATEO DI INTERNET

La *netiquette*, parola derivata dall'unione di due vocaboli, l'inglese *net* (rete) e il francese *étiquette* (buona educazione), è un insieme di regole che disciplinano le nuove forme di contatto virtuale via Internet: newsgroup, mailing list, forum, e-mail, chat.

Sono regole di rispetto e di buona educazione: il galateo della rete.

La *netiquette* non è imposta da alcuna legge, ma si fonda su usi e costumi che vanno osservati per una educata convivenza on line. Il mancato rispetto di tali regole comporta una generale disapprovazione e la sospensione o la chiusura, nei casi più gravi quali invio di messaggi offensivi o la diffusione d'informazioni contrarie alla legge, di alcuni servizi interattivi come il forum.



### Sedici buone regole di comportamento

Elenco delle principali regole che è importante conoscere e osservare.

#### 1. Essere brevi nelle risposte

Sia che s'intervenga in un forum, sia che si mandi un messaggio, è bene essere sintetici, esponendo con chiarezza l'argomento trattato o la propria opinione.

#### 2. Evitare di riportare il testo originario nelle risposte

Per agevolare la comprensione del messaggio, non riproporre per intero il testo di partenza, ma evidenziarne solo le parti utili a chi non lo ha letto.



### 3. Scusarsi in caso di errore

Chi scrive è tenuto a usare un linguaggio semplice, chiaro, corretto, comprensibile. Dopo aver inviato il messaggio, se ci si accorge di errori o inesattezze nel testo, rimediare con un'e-mail di scuse e di rettifica. Questo tipo di comportamento aiuta noi e gli altri a fare maggiore attenzione a quello che si scrive e a mantenere relazioni corrette.

### 4. Non mettersi in cattedra

Evitare di evidenziare gli errori di scrittura degli altri. È di pessimo gusto. Ricordarsi che nessuno è perfetto e che può capitare a tutti di sbagliare.

### 5. Dominare l'impazienza

La facilità d'uso della posta elettronica non deve indurre a sollecitare con insistenza le risposte o a reagire con eccessiva immediatezza.

### 6. Aiutarsi con le "faccine"

Il linguaggio rapido e informale della posta elettronica può provocare qualche malinteso, soprattutto quando si scrive a persone che non si conoscono. In questi casi possono essere d'aiuto le "faccine" o emoticon – le piccole immagini costruite con l'aiuto della tastiera (trattini, parentesi e altri segni di punteggiatura) – che chiariscono toni o sfumature del discorso.

### 7. Osservare il comportamento della comunità

Prima di partecipare attivamente alla vita della comunità o della rete, è consigliabile fermarsi qualche tempo per verificare come sono trattati gli argomenti in discussione: sarà più facile adeguarsi allo stile degli altri componenti.

### 8. Attenersi alle istruzioni d'uso

Spesso gli amministratori di lista o i moderatori del forum inviano al nuovo iscritto le indicazioni da seguire per una corretta partecipazione alla vita della comunità. È consigliabile leggere con attenzione il testo, archivarlo in modo tale da poterlo conservare e consultare quando necessario e, soprattutto, osservare le regole indicate.

### 9. No agli sfoghi emotivi e alle questioni personali

Non usare la rete per conflitti e tensioni personali. Il cosiddetto *flaming*, la litigata o la rissa on line, è considerato una vera e propria violazione della *netiquette*. Raggiunge il livello più alto di scorrettezza con l'attacco collettivo contro qualcuno che si comporta in modo diverso da quello abituale in quel gruppo.



#### 10. Controllare le reazioni

Non intervenire d'impulso, ma frenare la rabbia o il facile entusiasmo: prima di rispondere e scrivere un messaggio, pensare alle possibili conseguenze. Autocontrollo e moderazione nel linguaggio aiutano a non incorrere in spiacevoli situazioni.

#### 11. Rispettare la privacy altrui

Attenzione a non diffondere in rete il contenuto di un messaggio di posta elettronica senza il consenso di chi lo ha inviato. Servirsi della funzione di "copia nascosta" per inviare messaggi a più destinatari (mailing list): in questo modo si evita di far sapere l'indirizzo e-mail degli altri a tutti i componenti della lista.

#### 12. Non scrivere mai in maiuscolo

Ricordarsi che usare il maiuscolo in una discussione è come gridare; per evidenziare alcune parti di testo, si può utilizzare la sottolineatura \_ (\_richiesta \_) oppure l'asterisco \* (\*richiesta\*), che indicano rispettivamente "enfasi" e "molta enfasi".

#### 13. Non inviare lettere a catena, messaggi pubblicitari o comunicazioni non richieste

È una pessima e fastidiosa abitudine.

#### 14. Non esagerare con futilità

Interventi troppo scherzosi, sciocchi o di difesa di una delle parti coinvolte in una discussione sono contrari alle buone maniere in rete. Non replicare interventi già presenti nel forum o nella lista: leggere quanto è stato già scritto sull'argomento.

#### 15. Non appesantire la rete

Ricordarsi che tutti devono poter utilizzare la rete, quindi non aggravarne il traffico con messaggi inutili o con operazioni lunghe e complesse che ne diminuiscono il rendimento. Non allegare file pesanti, di provenienza sconosciuta (potrebbero contenere virus) o in formati non leggibili dal destinatario.

#### 16. Non commettere crimini elettronici

Sono comportamenti scorretti e punibili dalla legge:

- compromettere il funzionamento della rete con virus o altro
- violare la sicurezza di archivi riservati o computer della rete
- violare la privacy degli altri utenti.