

**FRONTIERE DELLA SCRITTURA  
LINEAMENTI DI WEB WRITING**

*Giuliana Fiorentino*

Carocci

Roma, 2013, pp158.

<http://www.carocci.it/>

[http://www.carocci.it/index.php?option=com\\_carocci&task=schedalibro&Itemid=72&isbn=9788843068333](http://www.carocci.it/index.php?option=com_carocci&task=schedalibro&Itemid=72&isbn=9788843068333)

Il fascino e il potere della parola scritta non sono mai stati così evidenti come nell'epoca del digitale e delle generazioni sempre connesse (*always on*); la scrittura non è mai stata una pratica così diffusa e calata nella quotidianità tanto da accompagnare gesti e momenti della vita pubblica e privata di ognuno di noi. La scrittura non è più appannaggio di alcune professioni, ma in modi e toni diversi è il campo in cui ci misuriamo sempre più spesso, dalle comunicazioni leggere e briose dei social network alle comunicazioni di servizio o alla produzione di documenti di diversa tipologia che in molte attività professionali, ricreative o legate ad interessi e hobby, siamo invitati a pubblicare in rete. Il volume propone una riflessione sulla scrittura e sulle particolarità della scrittura per il web, offre una classificazione ragionata dei tipi di testi che si scrivono in rete e infine suggerisce alcuni principi per realizzare testi efficaci in rete. Con un taglio il più possibile leggero, il testo cerca di accompagnare il lettore, soprattutto il meno esperto, nell'osservare cosa accade al processo di scrittura e ai testi quando vengono prodotti per la rete. I più esperti troveranno indicazioni per approfondire in un'ampia bibliografia di articoli e volumi aggiornati pubblicati in Italia e all'estero.

Per gentile concessione dell'editore si riproduce qui l'introduzione al volume curata dall'autrice

INTRODUZIONE

Qualche tempo fa discutevo con un mio studente che svolgeva una tesi di laurea sulla scrittura giovanile in Internet e riflettevamo sulla difficoltà di inquadrare una volta e per sempre le sue caratteristiche che apparivano – e appaiono – in costante movimento. La metafora della liquidità, usata e abusata da Bauman per definire altri aspetti della società moderna, era disponibile e ci sembrava appropriata anche per qualificare questa scrittura sfuggente e mobile. E d'altro canto la metafora della liquidità è sempre pronta quando pensiamo al digitale e al web: la scrittura “scorre” sul nostro schermo mentre leggiamo e scriviamo al PC, al telefono, usando il tablet o una qualunque altra “protesi” digitale connessa a Internet e noi navighiamo testi e ipertesti sul web quotidianamente<sup>1</sup>.

In questo libro osservo e analizzo le diverse pratiche di scrittura che si realizzano in

<sup>1</sup> Il sociologo Zygmunt Bauman è autore di diversi saggi apparsi dal 2000 in poi in cui utilizza la metafora della liquidità per definire vari aspetti della società moderna (*Liquid Modernity*, 2000; *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*, 2003; *Liquid Life*, 2005; *Liquid Fear*, 2006; *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*, 2007; in Italia i suoi volumi sono stati pubblicati da Laterza).

Internet e cerco di unire la riflessione teorica di linguista e studiosa di scrittura con una proposta concreta di regole e istruzioni per chi, per ragioni personali o professionali, scriva per il web nelle sue varie forme, più o meno pubbliche, più o meno interattive<sup>2</sup>. Il libro offre anche una riflessione su come un medium, un PC o qualunque terminale connesso a Internet, messo al servizio della produzione di testi creati e fruiti quasi esclusivamente sullo schermo e in connessione con altri terminali, modifichi il processo di comunicazione andando a intaccare la modalità con cui si produce la scrittura e – intesa in senso ampio – la lingua usata in quel tipo di comunicazione.

La metafora della liquidità per questo tipo di scrittura porta con sé un’accezione in parte negativa: una scrittura, e in un certo senso anche una lingua, sfuggente, che non riusciamo a fermare e a incasellare nelle tradizionali classificazioni di generi testuali e di stili. Ma provando a capovolgere questa visione in parte negativa, possiamo pensare alla liquidità come a una qualità essenziale della scrittura per il web, e cioè possiamo considerare che il non avere una forma rigida consente a questo tipo di scrittura di adattarsi ai vari “contenitori” e di essere travasata da un contesto a un altro mediante un’accurata, ma non impossibile, attività di trasferimento.

Leggere sullo schermo risulta più faticoso che leggere sulla carta perché la risoluzione è più bassa: la lettura è rallentata di circa il 20-25%. Gli utenti del web non leggono, ma scorrono il testo alla ricerca di frasi o parole che attirino la loro attenzione. La lettura sul web, inoltre, avviene spesso in concomitanza con molte altre attività e quindi tende a essere realizzata in modo meno concentrato e focalizzato. Per queste ragioni, cioè per il particolare formato di produzione e di ricezione di questo tipo di scrittura, scrivere per il web è in parte diverso dallo scrivere su carta. Alle qualità di sempre – cura della forma, dell’organizzazione testuale e del lessico – occorre aggiungere l’attenzione a fattori peculiari di questa scrittura affinché si faciliti il compito del lettore.

Il manuale propone un percorso introduttivo alla scrittura sul web ed è maturato nell’arco di un decennio grazie a vari studi e ricerche condotte sulla lingua e la testualità in Internet, e grazie all’attività didattica che ho svolto nei corsi di scrittura per il web per il corso di laurea di Scienze della comunicazione pubblica, d’impresa e pubblicità dell’Università degli Studi del Molise. Il volume è diviso in due parti. La *Parte prima* (CAPP. 1 e 2) introduce sinteticamente le questioni teoriche relative alla scrittura per il web e i nuovi scenari di scrittura che si sviluppano in rete. La *Parte seconda* (CAPP. 3, 4 e 5) presenta regole, suggerimenti e attività pratiche per scrivere per il web.

Il CAP. 1 inquadra la nascita del web e della scrittura online nel più ampio contesto dei *media studies* e degli studi sulla scrittura intesa come la prima tecnologia che si impone al flusso della comunicazione verbale orale. In forma sintetica il capitolo cerca anche di percorrere le varie prospettive di studio sulla comunicazione mediata dal computer (Computer-Mediated Communication, CMC) e si sofferma su questioni cognitive relative all’impatto che i media digitali e la lettura e scrittura su schermo possono avere sull’evoluzione del cervello e sull’alfabetizzazione.

<sup>2</sup>La nozione di interattività può avere almeno tre accezioni: innanzitutto indica la possibilità per l’utente di interagire con una macchina mediante interfacce; in un secondo senso indica la possibilità per l’utente di Internet di interagire creativamente con i testi propri e altrui (ad es. lasciando commenti o valutazioni di gradimento nei blog o nei social network) e, infine, in una terza accezione, relazionale, indica la possibilità per l’utente di interagire con altri utenti e di socializzare. I social network come Facebook o Twitter sono tipici esempi di ambienti comunicativi interattivi.

Nel CAP. 2 presento diversi tipi testuali della rete e fisso una tassonomia di generi, testi e stili in base a una griglia di parametri che in parte sono legati al tipo di interazione messa in atto dagli utenti e in parte al contesto e alla modalità di stesura dei testi.

Nel CAP. 3 mi soffermo sulle scelte linguistiche e stilistiche che agevolano la scrittura e la lettura per il web, e quindi espongo meccanismi di semplificazione che vanno incoraggiati affinché la fruizione della scrittura risulti meno faticosa. Nel CAP. 4 mi occupo dei contenuti e del modo di presentarli e organizzarli. Il capitolo si concentra in particolare sulla qualità della sintesi come dimensione più consona a una scrittura per il web. Il CAP. 5, infine, si sofferma su alcuni aspetti del design di un sito web che riguardano chi gestisce i contenuti scritti: aspetti relativi alla scelta dei colori, della dimensione dei caratteri, dell'interlinea oltre a questioni di carattere tipografico più generali e a scelte di organizzazione di una pagina affinché le informazioni risultino "trovabili" e il sito sia "usabile".