Nuovi media e promozione delle lingue minoritarie

Paola Muzzetto
www.mediandmore.it

1. Introduzione

Questo lavoro ha come principale obiettivo l'analisi del posizionamento Internet delle iniziative volte a tutelare e promuovere le minoranze linguistiche in Italia e all'estero.

L'idea che sta alla base di quest'analisi è la convinzione della necessità di permettere a tutti gli appartenenti alle minoranze linguistiche diffuse sul territorio, ovunque essi siano, di sentirsi parte di una comunità e avere un punto di riferimento chiaro, organizzato e univoco grazie alle potenzialità che Internet mette a disposizione.

Per raggiungere questo obiettivo sono necessari interventi di comunicazione mirati e ben calibrati in base al risultato che si deve ottenere.

Dopo aver analizzato i siti scelti, circa 70, si potrà capire qual è la via da seguire per fare di Internet uno strumento utile alla crescita e allo sviluppo delle minoranze linguistiche e alle culture ad esse collegate.

2. Scelta dei siti e classificazione

La scelta dei siti da analizzare è stata fatta selezionando campioni esemplificativi tra i siti trovati in rete digitando le parole chiave "minoranze linguistiche" e "lingue minoritarie", con relative traduzioni nelle principali lingue maggioritarie, sui motori di ricerca internazionali.

I risultati ottenuti dall'interrogazione dei motori di ricerca sono stati esaminati e scremati in modo da ottenere un quantitativo di siti necessario per creare una casistica sufficiente.

Dai siti così identificati sono stati seguiti tutti i link esterni che portano ad altri siti collegati, in modo da raggiungere la molteplicità di presenze web non correttamente registrate sui motori di ricerca.

Le realtà di riferimento sono quella italiana, in particolare, e quella europea, in generale.

Nel contesto italiano sono stati esaminati i siti che riguardano le realtà dialettali e in quello Europeo sono stati analizzati siti che riguardano le lingue minoritarie.

Per ogni categoria sono stati scelti siti Internet che trattano argomenti legati alle lingue minoritarie e siti in lingua che propongono informazioni generali (cronaca, cultura, sport, informazione in senso allargato).

3. Metodo d'analisi

Raggiunto il numero necessario di siti selezionati si sono fissati i principali criteri d'analisi per studiare e capire la realtà della presenza Internet.

I criteri d'analisi sono stati scelti secondo le regole basilari per la corretta progettazione e realizzazione di un sito Internet che sia in grado di comunicare ad una moltitudine di utenti.

I criteri individuati sono:

1. Completezza e dettaglio dei contenuti

Ricchezza d'informazioni, pertinenza con il tema trattato, validità e livello qualitativo dei testi.

Es. Il sito è composto da un numero sufficiente di pagine o è una semplice presenza web poco significativa? La dichiarazione d'intenti del sito è rispettata dai testi contenuti o si riscontrano temi non trattati con adeguata profondità? La qualità dei testi è buona o si trovano contenuti non abbastanza validi dal punto di vista informativo?

2. Struttura e organizzazione del sito

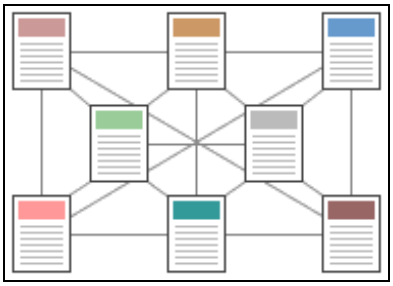
Tipologia della struttura, lineare, ad albero o inesistente

Per tipologia si intende il modo in cui le informazioni del sito sono state organizzate, ordinate e soprattutto collegate tra loro attraverso l'utilizzo dei link o hotword testuali. E' comunemente accettato che esistano quattro fondamentali tipologie per l'organizzazione ipertestuale: lineare, a griglia, gerarchica, a rete. Ognuna di esse ha caratteristiche specifiche che la rendono più o meno adatta ai diversi tipi d'informazione che si devono gestire. Ci limiteremo ad approfondire la conoscenza delle tipologie che contraddistinguono i siti in esame in questo lavoro, delegando ad altri testi l'informazione complessiva sulle altre tipologie.

La struttura lineare

Tipica della lettura tradizionale, pagina dopo pagina, sfrutta in modo poco efficace la caratteristica basilare dell'organizzazione dei contenuti in rete: l'ipertestualità.

La struttura a rete



Questa tipologia ha la caratteristica, paradossale se vogliamo, di non avere alcuna organizzazione. Ogni pagina è legata a molte altre attraverso liste di link o strumenti di ricerca interni ed esterni al sito.

3. Accessibilità ai contenuti

Allineamento con le regolamentazioni ufficiali per l'accessibilità ai siti Internet (AIPA, Ministero della Funzione Pubblica, W3C – www.palazzochigi.it/sez_dossier/linee_web –).

Es. la struttura consente la visualizzazione delle informazioni ricercate in soli tre click? Il sito è accessibile per diverse tipologie di utenti con disabilità?

4. Comunicazione visiva

Validità della struttura grafica, organizzazione dei pesi visivi distribuiti nelle pagine, linea grafica mantenuta nei livelli interni.

Es. per l'impaginazione dei contenuti è stata seguita una corretta impostazione di web design o i testi sono solo trasferiti senza linea grafica?

5. Portabilità dei testi reperiti online

E' molto importante dare all'utente la possibilità di stampare i contenuti testuali, potrà scegliere di leggerli quando è seduto in poltrona piuttosto che a monitor. E' soprattutto importante quando i siti contengono informazioni molto lunghe e articolate.

Es. è possibile stampare i testi? È prevista una versione impaginata ad hoc per la stampa su A4?

6. Target di riferimento

Definire il target è il primo passo per la corretta progettazione di un sito Internet, qualunque obiettivo si voglia raggiungere.

Es. a chi è destinato il sito? giovani, elite, appassionati di linguistica o tutela delle minoranze?

7. ***Obiettivi della comunicazione***

Creare una comunità online, diffondere la cultura legata alla lingua minoritaria, condividere le conoscenze.

Es. che taglio ha la comunicazione? Promozionale, informativo?

4. Risultati

Dopo l'analisi secondo i criteri esposti si è passati alla fase di riepilogo dei risultati comprendente la media dei livelli riscontrati.

Il giudizio complessivo della realtà risulta essere:

1. ***Completezza e dettaglio dei contenuti***

Ottimo

La maggioranza dei siti selezionati e analizzati ha ottimi contenuti informativi, spesso realizzati da professionisti, docenti ed esperti della materia linguistica in generale. Quasi tutti gli interventi sono profondi, catturano e affrontano al meglio la realtà delle lingue minoritarie.

Spesso su siti diversi si trovano informazioni, analisi e dibattiti molto simili tra loro. Questo punto sta a significare che in Internet si possono reperire miriadi di informazioni ripetute, quindi manca un sito importante che funga da unico riferimento per queste tematiche internazionali.

2. ***Struttura e organizzazione del sito***

Scarsa

La maggioranza dei siti analizzati risulta pressoché priva di una struttura chiara e fruibile via web.

La fase di progettazione di un sito Internet, sia strutturale sia grafica, è la più importante per la buona riuscita del prodotto finale. Gli utenti si rendono conto immediatamente di quali siano i principali problemi riscontrati in un sito, forse non ne conoscono appieno le cause ma si accorgono subito che "qualcosa non funziona". La maggior parte delle volte quando qualcosa non funziona il problema è a livello strutturale (l'utente non è in grado di valutare la mole di informazioni presenti nel sito, si perde durante la navigazione, non trova ciò che sta cercando).

3. ***Accessibilità ai contenuti***

Scarsa

Le regole d'accessibilità sono scarsamente rispettate. Spesso i siti contengono frameset, mancano di alternativi testuali per le immagini, non si visualizzano correttamente con browser diversi da Internet Explorer (es. Netscape Navigator,

Opera, Amaya) solo per affrontare le criticità maggiori. Secondo le regole dal W3C bisognerebbe realizzare siti che vadano incontro alle necessità di tipologie di utenti molto diverse, non vedenti, sordi, epilettici, disabili cognitivi in generale che utilizzano la rete. Questo non vuol dire che i siti Internet debbano ridurre la struttura e l'interfaccia grafica al minimo, anzi, sta al lavoro dei professionisti del web esaltare le potenzialità del mezzo Internet seguendo qualche semplice regola che vada incontro alle necessità di più persone possibile.

4. Comunicazione visiva

Scarsa

La maggioranza dei siti analizzati risulta pressoché priva di comunicazione visiva legata ad aspetti grafici. Nella realizzazione di un sito Internet bisogna necessariamente considerare che tutto ciò che appare sulla schermata dell'utente è un elemento di comunicazione. Non è sufficiente creare buoni testi senza una buona impaginazione e senza linee guida grafiche. Spesso si sono trovate homepage totalmente diverse dalle pagine interne o pagine interne diverse tra loro. Questo è un grosso ostacolo per la chiarezza e il processo di decodifica da parte dell'utente. Spesso i siti analizzati sono solo informativi e non comunicano nel modo corretto. Questo si traduce nel mancato ritorno dell'utente sul nostro sito, mentre la fidelizzazione degli accessi è di primaria importanza per la corretta vita di un sito.

5. Portabilità dei testi reperiti online

Sufficiente

La portabilità dei testi risulta sufficiente sul campione di siti esaminati. Ciò significa che mandando in stampa le pagine del sito, a volte si ottengono buoni risultati, mentre altre scopriamo pagine stampate con spazi vuoti inutili e errati per il concetto di portabilità.

Essendo questi siti quasi completamente testuali, le informazioni sono facilmente stampabili. Spesso, però, il risultato è deludente perché i documenti non sono ottimizzati per la procedura di stampa quindi il contenuto che potrebbe essere stampato su un unico A4, si divide su più pagine con spazi e impaginazioni errate, assolutamente inadatte alla stampa. Il professionista del web deve prevedere che i contenuti del sito che crea possano essere reperiti sul sito, ma letti ed acquisiti su foglio dopo la stampa da parte dell'utente.

6. Target di riferimento

Cultori della materia

Il target individuato dall'analisi dei siti è chiaramente e quasi esclusivamente costituito dai cultori della materia. Le lingue minoritarie ed i temi ad esse collegati rappresentano una nicchia della rete molto specifica e racchiusa in se stessa. Il fatto

stesso che molti siti si leghino a qualche dipartimento universitario è una conferma della settorialità dell'argomento. Ciò che emerge è la volontà di informare, rendere reperibili il maggior numero di informazioni possibile sull'argomento ma senza la volontà di ampliare il target degli utenti potenziali. Questo è un errore concettuale perché rendere disponibile una gran mole di testi ai soli cultori della materia vuol dire non sfruttare la principale caratteristica della rete Internet: la globalità, la possibilità, potenziale, di comunicare con tutto il mondo.

7. Obiettivi della comunicazione

Trasferire sul web le informazioni tradizionali

La tipologia di comunicazione che si riscontra nei siti analizzati è chiaramente per addetti ai lavori. Si trovano molti riferimenti, sigle e codici tipici della linguistica. La comunicazione web, a differenza da quella tradizionale, ha già delle sue regole specifiche che la differenziano notevolmente da quest'ultima. I testi devono essere brevi per sfruttare al meglio l'attenzionalità dell'utente (se un utente non ha percepito il contenuto di una pagina entro 5-10 secondi, allora la pagina contiene errori di progettazione…). Gli approfondimenti relativi ad ogni argomento vanno inseriti, resi scaricabili, e fruibili ma mai in homepage. Possono trovarsi dal 3 o 4 livello concettuale in giù.

Con questo si vuol dire che, per la buona riuscita di un progetto Internet, informare è importante, comunicare è essenziale. Non si può pensare di inserire testi scritti per la carta stampata (articoli di giornale), per un libro, un saggio in un sito senza una buona revisione che li adatti al linguaggio Internet. Può sembrare strana questa affermazione ma, riflettiamo: troveremmo normale che l'editoriale di un quotidiano fosse scritto come una sceneggiatura teatrale? Potrebbe essere un'idea innovativa ma lo troveremmo strano, non in sintonia con il linguaggio giornalistico. Potremmo notare questa "anomalia" perché decodifichiamo e abbiamo fatti nostri, i linguaggi giornalistico e teatrale e percepiamo immediatamente la forzatura nel voler inserire l'uno nel contesto dell'altro. Lo stesso accade nel web, un testo usato in un sito e non scritto per Internet è un testo che stride, non si accompagna bene al suo contesto e l'utente lo nota sicuramente. Ad oggi non è immediata la comprensione della causa d'inadeguatezza di un testo sul web, solo perché il linguaggio Internet è in definizione e le sue regole non sono ancora codificate e percepite in modo oggettivo.

5. Posizionamento futuro

In questa sezione affronteremo le soluzioni che potrebbero essere attuate in futuro per la presenza Internet delle lingue minoritarie.

1. Completezza e dettaglio dei contenuti

Mantenere il tenore elevato dei materiali, redigere testi con un taglio di comunicazione che possa esaltare le caratteristiche e le iniziative legate alle lingue minoritarie. I testi così realizzati dovranno, in seguito, essere rivisti e adattati alle

esigenze di comunicazione del web. Saranno suddivisi su più livelli di dettaglio per rispettare le regole di struttura di un sito Internet.

2. *Struttura e organizzazione del sito*

La struttura da utilizzare per una gran mole di testi è la gerarchica.

La struttura gerarchica

In questa struttura l'informazione è organizzata in pagine su diversi livelli, raggiungibili seguendo un percorso dalle pagine superiori a quelle inferiori, secondo una corretta suddivisione in aree concettuali.

3. *Accessibilità ai contenuti*

Aumentare l'accessibilità ai contenuti seguendone i dettami internazionali. Sarebbe molto interessante creare un sito che funga da riferimento unico per le lingue minoritarie, realizzarlo secondo le regole principali delle guidelines del W3C. L'impresa non è certamente immediata né tanto meno semplice, però, darsi questo come obiettivo è una grossa sfida per i professionisti del web che se ne occupano.

4. *Comunicazione visiva*

Studiare e realizzare layout e gabbie visive che esaltino i testi e la comunicazione delle pagine.

La grafica non va intesa come mero inserimento d'immagini all'interno delle pagine (in movimento o meno, il che sarebbe un ulteriore ostacolo alla comprensione) ma come studio di un layout chiaro e non invadente che rispetti ed esalti il flowchart della struttura del sito. In questo modo si darebbe un'unica linea grafica all'intero sito e si favorirebbe la decodifica da parte degli utenti.

5. *Portabilità dei testi reperiti online*

Aumentare la portabilità dei testi impaginandoli in modo più consapevole. Dare la possibilità di stampare i singoli testi e/o di scaricare documenti pesanti secondo le diverse esigenze di connessione dell'utente (Modem, Isdn, Adsl, Fibra ottica).

6. Target di riferimento

Allargare il target ad altre tipologie di utenti potenziali che vadano al di là dei cultori della materia. Un ottimo strumento per ottenere questo scopo è la realizzazione e la gestione di una newsletter che comunichi costantemente con gli appartenenti ad una certa comunità linguistica. Utilizzare strumenti d'interazione e promozione come comunicati stampa per aumentare l'attenzionalità degli utenti verso il sito.

7. Obiettivi della comunicazione

Rendere comunicazione l'informazione esistente. Dare un taglio più adatto al web alla presentazione dei contenuti mantenendone comunque l'impostazione accademica. Sarebbe interessante creare portali di riferimento per l'intera comunità che appartiene ad una certa minoranza linguistica, per raggiungerla da ogni punto del mondo, creare comunità virtuali, dare la possibilità alle persone di dialogare e comunicare tra loro.

6. Conclusioni

La situazione attuale per la promozione delle lingue minoritarie è migliorabile ed è ricca di spunti per evoluzioni future.

L'obiettivo per il futuro è realizzare un portale unico, plurilinguistico che sia il punto di riferimento per linguisti, glottologi, semiologi, giornalisti, popoli romanzi in generale.

Una realtà Internet che raduni al suo interno i testi già reperibili online, incoraggi iniziative che vogliono promuovere e tutelare le lingue minoritarie, informi sulle pubbliche iniziative legate alle lingue, dia la possibilità agli utenti di dialogare tra loro.

Una realtà Internet che tratti l'evoluzione storico-linguistica delle lingue minoritarie e, allo stesso tempo, dia informazioni direttamente in lingua, favorendone la diffusione e l'utilizzo comune oltre che la tutela.

Una realtà Internet inserita nei programmi europei per l'e-learning e la formazione a distanza, che informi, crei cultura, insegni allo stesso tempo.

Una realtà Internet ben organizzata, ben gestita e con una propria dignità contenutistica. Un luogo che cresce anche grazie alle proposte provenienti direttamente dalla voce delle minoranze linguistiche.

Questa è, chiaramente, un'idea indicativa, vuole sottolineare quali possono essere le potenzialità, attualmente poco sfruttate, del web, una meta cui volgere il nostro impegno.

Lo scopo finale del progetto è quello di portare correttamente in rete le lingue minoritarie ed esaltarne l'identità significativa. Per raggiugere questo scopo si dovranno istituire gruppi di lavoro costituiti da cultori della materia, professionisti del web, associazioni di minoranze linguistiche, membri di fondazioni, organizzazioni ed enti pubblici interessati al tema.

7. Riferimenti

Il seguente elenco rappresenta solo una parte dei siti analizzati in rete. Molti dei siti esaminati si possono raggiungere partendo da questi, soprattutto da quelli classificati come "Siti campione".

Siti campione

http://campus.uoc.es/euromosaic/index.html

Euromosaic Report

http://biblioteca.udg.es/fl/aucoc/

Associació universitària de cultura occitana

http://www.ethnologue.com/country_index.asp

Ethnologue country index – Languages of the world

http://hades.udg.es/romaniaminor

Romania Minor

http://www.smo.uhi.ac.uk/saoghal/mion-chanain/en/

European minority languages

http://indoeuro.bizland.com/index8.html

Indo European Data Base

In Lingua Minoritaria

http://www.adecec.net/corsu.html

A cultura Corsa nantu à u web

http://www.friul.it/guide/index.html

Piçule guide de grafie uficiâl de lenghe furlane normalizade

http://www.friul.net/OLF/jentrade.htm

Osservatori Regional de Lenghe e de Culute Furlanis

http://www.friul.it/ondefurlane/

Radio Onde Furlane – la radio libare dai furlans –

http://www.smo.uhi.ac.uk/ga/

Gaelige

http://www.karawari.com/cll/

Cunsêi Lumbaart për la Lengua

http://members.tripod.com/~devecchi/index.html

Sitt milanes su la Red

http://www.ac-nice.fr/regional/lcr_mon.htm

Lenghe e cültüre regiunale ünte l'Académia de Niça

http://www.piemont.org/index.html

Piemonteis

http://www.veneto.org/arkivio/

Te ste pàjine ti podarà catàr documenti leteràri de jèri e de 'ncùo, scrìti in tute łe varianti de łéngoa vèneta e co' difarénti grafìe.

http://www.limbasarda.org

Sa Limba sarda in sa rete de sas retes

http://www.lingrom.fu-berlin.de/sardu/

Limba e curtura de sa Sardigna

http://www.ticonsole.nl/books/science/linguist/courses/sardijns/sard1.html

Sa limba sarda

http://www.limbasarda.it

Sa limba sarda in sa retza

http://www.fontesarda.it/apag_fs4.htm

Notizie in lingua sarda