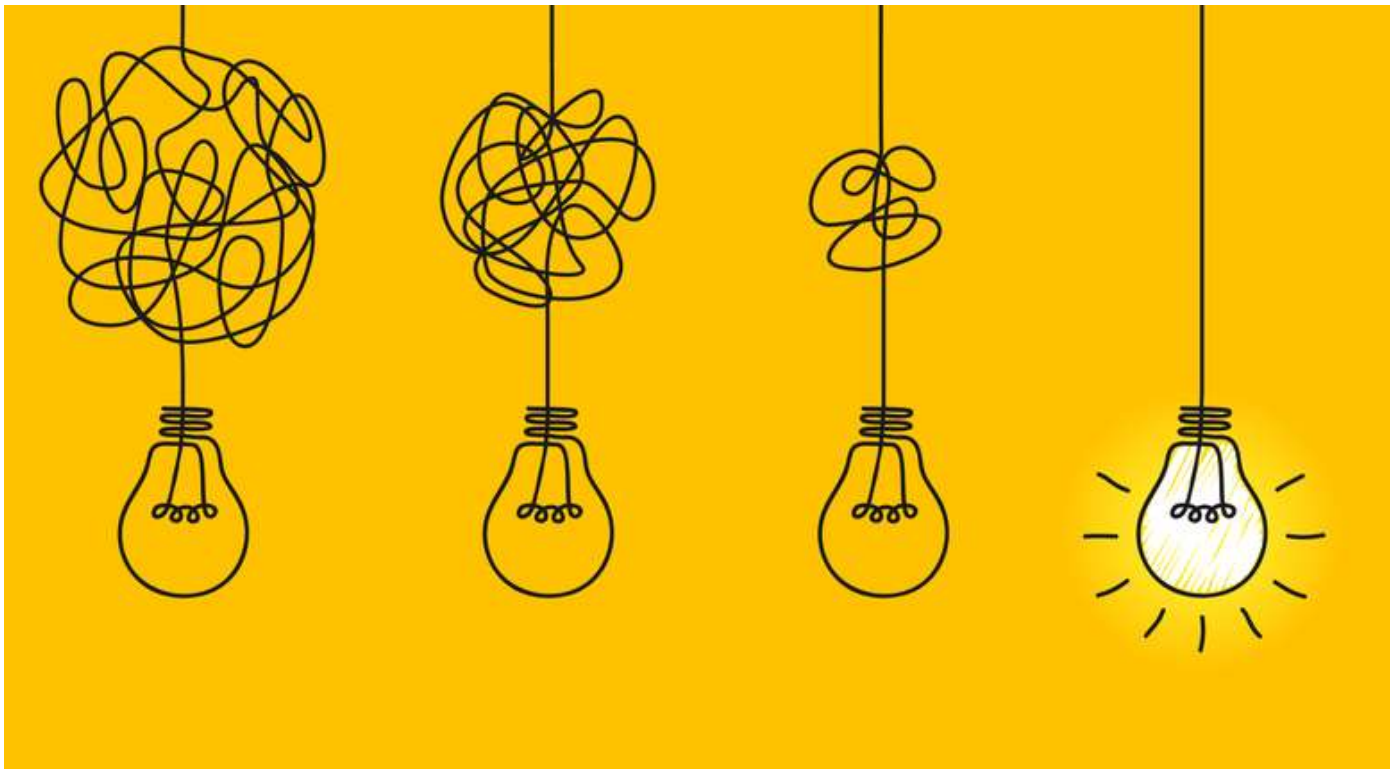


Il plain language per una scrittura efficace



Che cos'è?

Plain:
*semplice,
chiaro,
privo di ornamenti,
chiaramente
comprensibile*



Linguaggio che consente a chi scrive di trasmettere il messaggio in modo che il lettore abbia buone probabilità di comprenderlo, ossia nel modo più semplice ed efficace possibile.



Linguaggio ordinario, vicino all'uso, ma non coincide con la lingua parlata.



Evita le espressioni gergali, dotte, rare e utilizza un'impostazione grafica che facilita la lettura.

Linguaggio semplice/chiaro per chi?

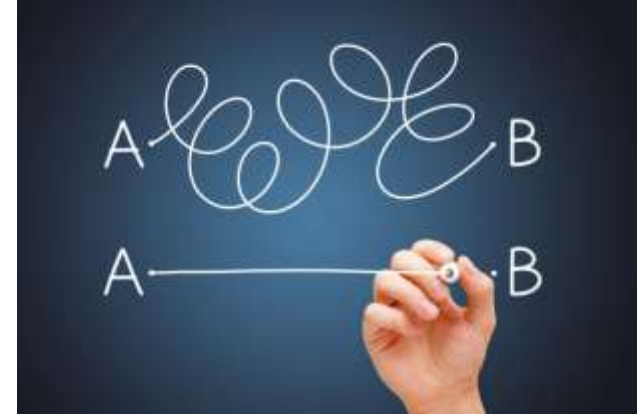
- Il concetto di comprensibilità è relativo
- Nessun testo è comprensibile in assoluto
- Tutto dipende dal lettore



Il grado di comprensibilità dipende di volta in volta dal tipo di destinatario.



E' un processo, non uno stile



Non esiste uno stile di scrittura chiaro in assoluto. La chiarezza va ricercata di volta in volta procedendo per approssimazioni successive, fino ad ottenere il testo più adatto al destinatario.

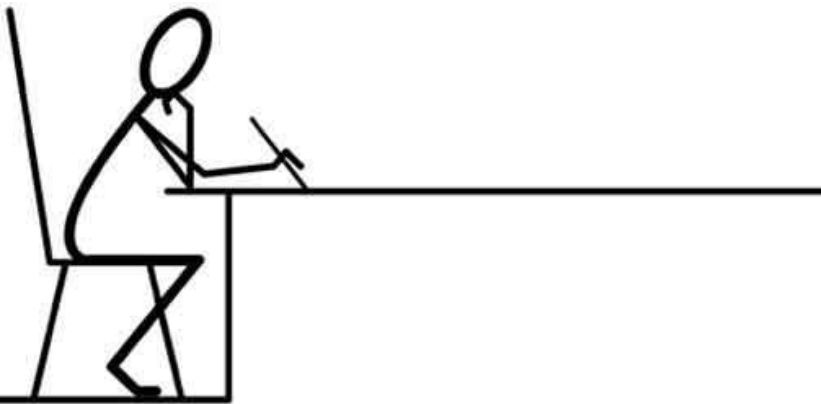
Questo processo si articola in **3 fasi**:

1. La **progettazione**
2. La **stesura** del testo
3. La **revisione**

1. La progettazione

Nella fase di progettazione, in cui si pianifica ciò che si intende comunicare, occorre:

- ✓ Identificare i destinatari nel modo più preciso possibile e analizzare le loro esigenze
- ✓ Definire lo scopo della comunicazione
- ✓ Raccogliere e organizzare le informazioni



2. La stesura del testo

In questa fase si elabora il testo dando la forma linguistica e grafica più adatta al piano precedentemente elaborato, applicando tecniche che favoriscono la leggibilità.



3. La revisione

In questa fase si verifica l'efficacia di ciò che si è scritto, possibilmente testandolo su lettori che siano effettivi rappresentanti dei destinatari della comunicazione.

Testare i materiali di comunicazione con il pubblico di riferimento fornisce un importante feedback in merito alla pertinenza, all'utilità e all'efficacia del contenuto.



✓ Leggibilità

- Il contenuto è di facile lettura?
- Ci sono parole o frasi che creano confusione o non sono abbastanza chiare?
- Quante volte hai dovuto leggere questo messaggio per capirlo?



✓ Accessibilità

- Come hai avuto accesso a questo contenuto?
- Questo grafico/tabella è di facile lettura e comprensione?

✓ Rilevanza

- Questo tema riguarda te o qualcuno che conosci?
- Pensi che questo contenuto sia stato progettato per facilitare le tue scelte di salute?
- Saresti in grado di riportare e condividere facilmente con un amico o con un familiare il messaggio?

✓ Reazioni

- Questo messaggio che cosa ti spinge a fare (niente, condividere il contenuto, un'altra azione)?
- Come ti fa sentire questa comunicazione (ad es. indifferente, proattivo, ansioso, spaventato)?

Al termine della revisione se necessario si apportano le modifiche al testo in modo da renderlo il più corrispondente possibile alle esigenze di comprensione dei destinatari.



Il lettore prima di tutto



Chi scrive un testo dovrebbe cercare di calarsi “nei panni” dei lettori e adattare ciò che intende dire alle loro esigenze e capacità di comprensione.

Comprendere le esigenze e gli interessi dei destinatari aiuterà a creare messaggi semplici, pertinenti, coinvolgenti e chiari.

Per orientare il testo al lettore occorre rispondere a due domande:

1. Che cosa ha bisogno di sapere?
2. Che cosa è in grado di capire?

... Il lettore prima di tutto

Il testo che si elaborerà sarà dunque calibrato sulle presunte conoscenze del destinatario che sono di due tipi:

1. **Conoscenze linguistiche**
2. **Conoscenze extralinguistiche** (l'insieme delle conoscenze che il lettore ha sul mondo, comprese le nozioni specifiche riguardanti l'argomento di cui si tratta).

Più si conosce il pubblico a cui ci si rivolge, più si riuscirà a personalizzare al meglio il messaggio.

... Il lettore prima di tutto

Un testo può essere scritto in “plain language” pur contenendo termini tecnici, se si presume che siano familiari al lettore–tipo a cui ci si rivolge (es. riviste scientifiche e di settore).



Le parole



Il lessico dovrà essere comune, familiare ai più e dovrà avere come riferimento il vocabolario di base.

Evitate

- ✓ arcaismi (es. *testé, quantunque*)
- ✓ latinismi (es. *ex lege, ad personam, pro tempore*)
- ✓ espressioni troppo formali (es. *lo scrivente, il dichiarante, il summenzionato, ... l'infortunato*).

Scegliete

- ✓ Termini più comunemente utilizzati

 *andare*  *recarsi* -  *arrivare*  *giungere*

- ✓ Parole concrete più che espressioni astratte, vaghe o eufemistiche







 *impiegati*  *risorse umane*

- ✓ Pochi acronimi, sigle e abbreviazioni e nel caso indicare il significato esteso almeno la prima volta che li si utilizza.

Le frasi

Pur utilizzando parole comuni, una frase può essere difficile da comprendere per la sua sintassi, ossia il modo in cui le parole sono combinate tra loro.

Evitate

- ✓ Frasi troppo lunghe e complicate
 *“alla luce delle considerazioni sopra esposte”*  *“quindi”*
- ✓ Forme verbali passive
 *“le nuove norme sulla sicurezza nei cantieri edili sono contenute nella legge n. X”*  *“La legge n. X contiene le nuove norme ...”*
- ✓ Troppe informazioni in un'unica frase
- ✓ Nominalizzazioni
 *“a causa della mancanza di fondi”*
 *“perché mancano i fondi”*


Preferite

- ✓ Frasi con una struttura semplice

 *soggetto, verbo, complemento*

- ✓ Forme verbali attive


 *“Gli ispettori della sicurezza hanno effettuato la ricostruzione degli eventi”*

 *“La ricostruzione degli eventi è stata effettuata dagli ispettori della sicurezza”*

- ✓ Forme verbali affermative

 *rifiutare*  *non accettare*

- ✓ Indicativo invece del congiuntivo

 *anche se il responsabile aveva effettuato recentemente il controllo*

 *sebbene il responsabile avesse effettuato ...*

Il testo

L'organizzazione delle informazioni all'interno del testo influisce sulla comprensibilità del messaggio.

Il plain language suggerisce di utilizzare:

- ✓ struttura “a piramide rovesciata” in cui l'informazione principale precede quelle secondarie e le conclusioni sono fornite prima delle motivazioni

“**BLUF – Bottom Line Up Front**” = inserire le informazioni importanti all'inizio del testo per raggiungere l'obiettivo comunicativo senza che le persone debbano leggere tutto il documento.



- ✓ suddivisione del testo in **paragrafi brevi**
- ✓ **titoli, sottotitoli, didascalie, parole chiave** in evidenza che aiutano ad orientare la lettura
- ✓ **elenchi puntati e numerati** che consentono di isolare le informazioni e di presentarle in modo ordinato
- ✓ **esempi** che aiutano il lettore a comprendere i concetti astratti
- ✓ **parafrasi** che riformulano con parole più semplici un'idea già espressa o la presentano da un'angolazione diversa

- ✓ **riassunti** che aiutano il lettore a non perdere la **visione d'insieme**
- ✓ **link descrittivi** rendono il messaggio più accessibile. I lettori vogliono sapere dove portano i collegamenti ipertestuali per decidere se vogliono approfondire.

Esempio

- Link descrittivo: [6 consigli per l'attività fisica quotidiana](#)
- Link non descrittivo: per vedere i 6 consigli per l'attività fisica quotidiana [clicca qui](#)

Esempio

Testo n.1

Lorem ipsum

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum.

Testo n. 2

Lorem ipsum

Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem

Vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore:

1. Cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet
2. Doming id quod mazim placerat facer possim assum
3. Ypi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claritatem.

In sintesi

Laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

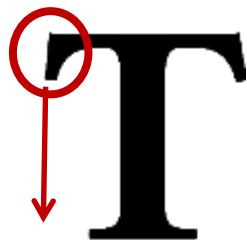
La grafica

La realizzazione grafica di un documento influenza la leggibilità e la comprensione del messaggio.

Il Plain language suggerisce di utilizzare:

- ✓ Caratteri di adeguata grandezza (almeno corpo 12)
- ✓ Caratteri “con grazie” per testi a stampa e “senza grazie” per il web
- ✓ Allineamento a sinistra

Times
Century
Palatino
Garamond
Bodoni



Decorazioni alle estremità
delle lettere

Arial
Geneva
Helvetica
Tahoma
Verdana

*Evitare caratteri
troppo «fantasiosi»*
Fantasiosi
Fantasiosi
fantasiosi



- ✓ Spazi bianchi per separare le parti del testo
- ✓ Tabelle e grafici che aiutano la comprensione del testo
- ✓ Moderato ricorso a maiuscolo, corsivo e grassetto
- ✓ **Sobrietà nell'utilizzo dei colori**
- ✓ Coerenza nelle scelte grafiche (mantenerle in tutto il documento)

Un documento è scritto in plain language se il lettore può:

Trovare ciò che gli serve

Capire le informazioni che trova

Utilizzare ciò che trova per le sue necessità

Grazie per l'attenzione

elisa.ferro@dors.it

The End

