**Scheda di analisi Tavosanis, Gasperetti (2004)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Titolo** | ***Comunicare*** | |
| **Autore/-i** | *Mirko Tavosanis, Marco Gasperetti* | |
| **Data di pubblicazione** | 2004 | |
| **Eventuali edizioni** | - | |
| **Casa editrice** | Apogeo | |
| **Collana** | Idee & strumenti | |
| **ISBN** | 88-503-2093-0 | |
| **Numero di pagine** | xii, 204 | |
| **Soggetti** | Redazione del testo | |
| **Classificazione Dewey** | 808.02 (21.) RETORICA. LAVORO DELL'AUTORE E TECNICHE REDAZIONALI | |
| **Tipologia (prevalente) del volume** | Manuale di scrittura generico pensato per studenti universitari | |
| **Destinatari** | Studenti universitari ma anche chiunque voglia affrontare consapevolmente le più frequenti situazioni comunicative professionali. | |
| **Obiettivi del volume** | Migliorare la comunicazione e insegnare a utilizzare una serie di strumenti di comunicazione, specialmente scritta, in modo pratico attraverso una visione complessiva della comunicazione e delle sue potenzialità. | |
| **Indice** | Prefazione   1. COMUNICARE 2. La comunicazione: storia e prospettive    1. L’oralità primaria    2. La ristrutturazione del sensorio    3. L’uomo tipografico    4. L’oralità secondaria    5. La multimedialità primaria e secondaria    6. Il nuovo scrivere multimediale    7. La Terza Fase 3. Definire la comunicazione    1. L’importanza della comunicazione: principesse sperdute e manuali incomprensibili    2. La teoria della comunicazione    3. Il canale    4. Il codice    5. Il testo    6. Uno scambio o un flusso?    7. La qualità della comunicazione 4. SCRIVERE 5. Scrivere un testo    1. Le fasi della scrittura    2. Rivolgersi a un destinatario (Definizioni astratte / Presupposizioni sul destinatario   3.3 Individuare gli obiettivi (I compiti della scrittura professionale / La gerarchia dell’informazione)  3.4 Pianificare il testo (Impostazioni preliminari / Scrivere l’indice: scalette e cluster  / Il dettaglio dello schema)  3.5 Scrivere e revisionare il testo  4. Un italiano comprensibile  4.1 Sapere l’italiano  4.2 Un esempio negativo: l’antilingua (Il lessico dell’antilingua / La sintassi dell’antilingua / Timbrare i biglietti)  4.3 Un esempio positivo  4.4 Pratica della semplificazione linguistica (Semplificare il lessico / Semplificare la sintassi)  4.5 La comprensibilità dal punto di vista del destinatario  5. Dubbi e grammatica  5.1 Il torto e il diritto del “non si può”  5.2 Danni effettivi  5.3 Strumenti (Vocabolari / Grammatiche)  5.4 Osservazioni ortografiche e grammaticali (Vocali e accenti / Apostrofo / Plurali / Parole straniere / La -d eufonica)  6. Caratteri e composizione tipografica  6.1 I caratteri tipografici: forme e dimensioni (Caratteri con grazie e senza grazie / Caratteri a spaziatura proporzionale e a spaziatura fissa)  6.2 I formati del carattere (Corsivo / Grassetto / Sottolineato)  6.3 Convenzioni tipografiche (Come collocare i segni di interpunzione / Margini della pagina / uso delle virgolette)  III Strumenti e situazioni della comunicazione  7. La lettera tradizionale  7.1 Come funziona questo mezzo di comunicazione? (Elementi della posta commerciale / Come si scrive?  7.2 Adattarsi ai limiti dello strumento  7.3 Sfruttare le caratteristiche dello strumento (Carta e carta intestata / Impaginazione)  8. La posta elettronica  8.1 Come funziona questo mezzo di comunicazione? (Elementi della posta elettronica / Come si scrive? / Le informazioni di contatto / La suddivisione in paragrafi / Come rivolgersi agli interlocutori: presentazioni iniziali e saluti)  8.2 Adattarsi ai limiti dello strumento  8.3 Sfruttate le caratteristiche dello strumento (Uso delle liste / Allegati e link / Scelta del destinatario / Rispondere ai messaggi / Inoltrare i messaggi / Scrivere per (farsi) rispondere / Gestire la posta elettronica)  9. Le pagine web  9.1 Come funziona questo mezzo di comunicazione? (Il linguaggio dell’ipermedia / Scrivere per l’ipermedia)  9.2 Adattarsi ai limiti dello strumento (Tempi di caricamento / Orientamento / Impaginare per il web)  9.3 Sfruttate le caratteristiche dello strumento (Gestire e filtrare le informazioni / Funzioni di ricerca / Interazione / Programmi aggiuntivi e animazioni)  10. A voce e in presenza  10.1 Come funziona questo mezzo di comunicazione? (Lingua scritta e lingua parlata / Come preparare la presentazione?)  10.2 Adattarsi ai limiti dello strumento  10.3 Sfruttate le caratteristiche dello strumento (Gestire il materiale di accompagnamento / Fotocopie e stampati / Lucidi e computer)  11. Situazioni della scrittura professionale  11.1 Il verbale (Elementi indispensabili / La scrittura / Un esempio )  11.2 Il curriculum (Scelta dei contenuti / Disposizione del testo / Un esempio / Curriculum preimpostati)  11.3 Le relazioni (Conclusioni e raccomandazioni / Un esempio)  11.4 Le istruzioni e i manuali (Regole per la scrittura / Manuali e documentazione / Un esempio)  11.5 Le specifiche (Stesura delle specifiche / Un esempio)  IV LA COMUNICAZIONE GIORNALISTICA  12. Giornalismo su carta  12.1 Il giornalismo e la notizia (La notizia / Quando l’evento diventa notizia)  12.2 Come si scrive una notizia (L’attacco e i segreti dell’esca / La tipologia degli articoli / L’articolo: alcune regole da seguire)  12.3 Il gergo dei giornali  12.4 I registri della comunicazione giornalistica  12.5 L’impaginazione (I vari tipi di impaginazione / La divisione della pagina)  12.6 La titolazione (La tassonomia dei titoli)  13. L’articolo multimediale  13.1 Un esempio  13.2 La tecnica di scrittura  13.3 Un mix di codici  13.4 Un codice ipertestuale  13.5 I colori e la forma  13.6 La doppia comunicazione  Bibliografia | |
| **Presenza di suggerimenti di letture integrative** | + | |
| **Presenza di brani antologici** | + | |
| **Presenza di attività di esercitazione** | - | |
| **Presenza di esempi di produzioni scritte** | + | |
| **Presenza di glossario** | - | |
| **Presenza di indice analitico** | - | |
| **Presenza di sito web/piattaforme/app** | - | |
| **Note di analisi** |  | |
|  | | |
| **Argomenti presenti** | | |
|  | n. di pagine | Note di approfondimento |
| *Caratteristiche di un testo* | 1 |  |
| *Caratteristiche di un ipertesto* | 3 | La multimedialità primaria e secondaria la Terza fase di Simone |
| *Relazione tra scritto e parlato* | 3 |  |
| *Comunicazione e scrittura* | 8 | Teoria della comunicazione |
| *Scrivere un testo* | 7 | Le fasi della scrittura, il destinatario, gli obiettivi |
| *Stili di scrittura* | 13 | Un esempio negativo (l’antilingua) un esempio positivo (il manuale di stile) |
| *Semplificazione linguistica* | 4 | Lessico e sintassi |
| *Enciclopedie, vocabolari, dizionari* | 4 | Grammatiche e vocabolari |
| *Fenomeni ortografici e grammaticali* | 5 | Vocali e accenti, apostrofo, plurali, parole straniere, la -d eufonica |
| *Caratteri e composizione tipografica* | 8 | I caratteri tipografici, i formati del carattere, convenzioni tipografiche |
| *Scrivere una lettera tradizionale* | 13 |  |
| *Scrivere un’e-mail* | 17 |  |
| *Scrivere per l’ipermedia* | 14 |  |
| *Preparare una presentazione* | 9 |  |
| *Scrivere un verbale* | 7 |  |
| *Scrivere il cv* | 9 |  |
| *Scrivere le relazioni* | 5 |  |
| *Istruzioni, manuali, specifiche, FAQ* | 11 | Technical writing (istruzioni, manuali e specifiche) |
| *Scrivere una notizia* | 25 |  |
| *Ideazione: il grappolo associativo* | 1 | cluster |
| *Ideazione: la scaletta* | 3 | Scrivere l’indice: scalette e dettaglio dello schema |
| *Fare la revisione di un testo* | 1 | Scrivere e revisionare il testo |

**Descrizione breve del testo**

Si presenta come manuale per i corsi da 3 crediti (e non solo) nei corsi di comunicazione di tutti i percorsi formativi. Dall’esperienza di molti anni di pratica didattica nei corsi di Comunicazione nel CdL di Informatica e di Giornalismo online e di Comunicazione e didattica multimediali nel CdL di Informatica umanistica dell’Università di Pisa, gli autori derivano i propri suggerimenti d’uso attraverso un’analisi rigorosa delle diverse modalità e situazioni comunicative e delle specificità degli strumenti.Immagine che contiene testo, elettronico

Descrizione generata automaticamente

L’approccio seguito è basato su un’idea di comunicazione orientata verso il destinatario che consente di raggiungere risultati pratici che la semplice conoscenza di una materia o una tecnica non garantirebbe.

Il volume è diviso in quattro parti e i capitoli al loro interno secondo una concezione modulare che possono essere affrontate indipendentemente tra di loro.

Le indicazioni teoriche della prima sezione sono richiamate nelle attività pratiche delle altre sezioni, così come l’aspetto storico della comunicazione è costantemente affiancato da riferimenti alle nuove tecnologie.