

Lo scaffale

Online o on-line, questo è il problema

Questo amletico dilemma è il sottotitolo di un articolo a firma di M. Ojala, apparso su "Information World Review" (1994; n. 97:19), in cui partendo da considerazioni di carattere "ortografico" l'autrice arriva a interessanti considerazioni generali sulla professione.

Nella lingua inglese, "online" (parola singola) si applica ad una attività umana durante la quale un ricercatore mette a frutto le proprie conoscenze in merito alla ricerca su banche dati e la capacità di comprendere e valutare gli argomenti scientifici, tecnici o finanziario-economici che sta ricercando.

On-line (con il trattino) indica invece un'operazione che non è di tipo intellettuale: nel caso di una centralina elettronica, ad esempio, si dice che essa è on-line quando è collegata all'impianto, per questa operazione normalmente è sufficiente premere un interruttore.

Nella stampa a larga diffusione, si assiste a una crescente confusione sull'uso dei due termini, ciò preoccupa non tanto per ragioni di tutela della lingua (sia essa la nostra che quella altrui), ma perché dietro all'uso improprio dei termini sta una distinzione psicologica che

può alterare la percezione dei prodotti informativi.

Chi sta dalla parte dell'on-line? Principalmente tutti quelli che propagano e vendono servizi affermando che ottenere informazioni è cosa semplice, veloce ed economica, che il "tesoro" informazione è lì, on-line appunto, accessibile a chiunque grazie alle nuove autostrade informatiche, e che non sono necessarie preparazione e competenza (infatti dimostrano di non conoscere la differenza semantica tra i termini).

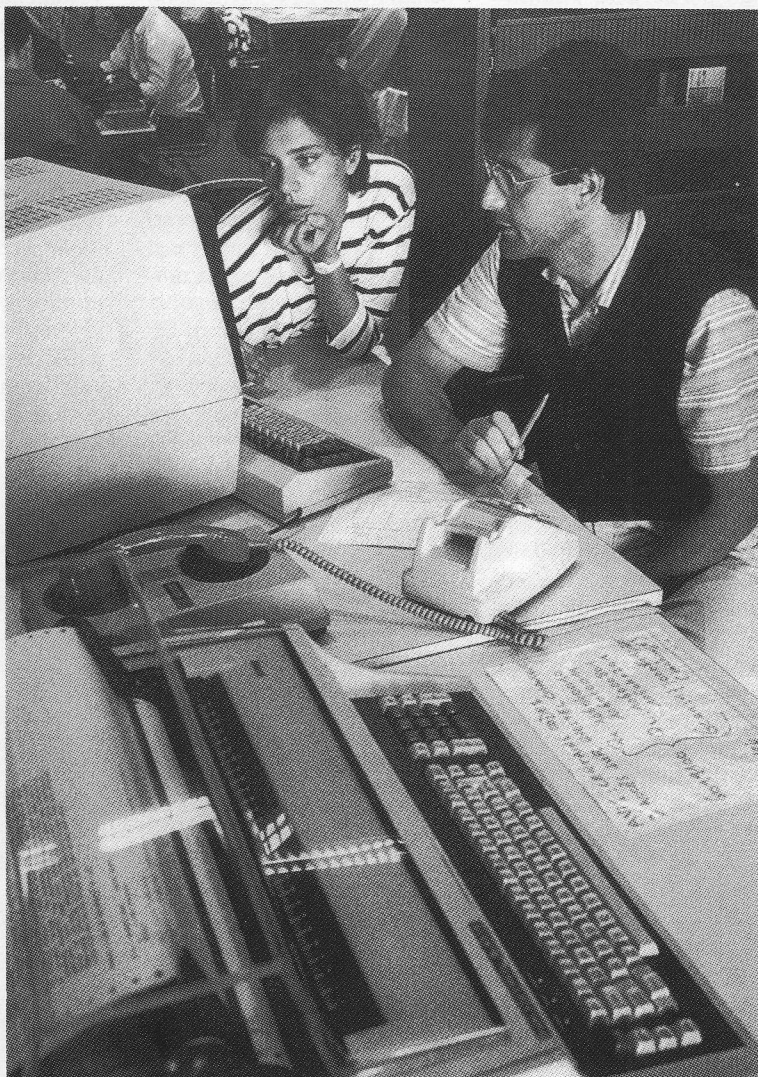
Secondo l'autrice dell'articolo esiste il pericolo che l'on-line uccida l'online. Per difendersi non bastano le parole (pur ortograficamente corrette), ma bisogna agire. Come? Ecco alcuni suggerimenti: studiare la potenzialità delle nuove tecnologie, seguire attivamente le occasioni in cui si discute di informazione, analizzare, spiegare e propagandare il valore dell'informazione vera, nel suo signifi-

ficato più ampio, nell'ambito delle nostre realtà operative, pensare all'informazione da nuovi punti di vista, anche da quello dei lettori della stampa non specializzata, cercare di portare i criteri che stanno alla base di un modo serio di fare informa-

zione in un ambito più ampio.

È vitale riuscire ad ottenere il riconoscimento che l'online ha un valore superiore all'on-line. All'autrice non piace essere accomunata a una centralina elettrica. E a noi?

Mariateresa Pesenti



MAGNETA, PHOTO MARTINE FRANCK, da *Histoire des bibliothèques françaises*, Cercle de la Librairie