



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

FLORE

Repository istituzionale dell'Università degli Studi di Firenze

Presentare e comunicare le statistiche: principi, componenti e valutazione della loro qualità

Questa è la Versione finale referata (Post print/Accepted manuscript) della seguente pubblicazione:

Original Citation:

Presentare e comunicare le statistiche: principi, componenti e valutazione della loro qualità / F.Maggino;
M.Trapani. - In: SIS MAGAZINE. - ELETTRONICO. - 2009:(2009), pp. 1-10.

Availability:

The webpage <https://hdl.handle.net/2158/436662> of the repository was last updated on

Terms of use:

Open Access

La pubblicazione è resa disponibile sotto le norme e i termini della licenza di deposito, secondo quanto stabilito dalla Policy per l'accesso aperto dell'Università degli Studi di Firenze (<https://www.sba.unifi.it/upload/policy-oa-2016-1.pdf>)

Publisher copyright claim:

La data sopra indicata si riferisce all'ultimo aggiornamento della scheda del Repository FloRe - The above-mentioned date refers to the last update of the record in the Institutional Repository FloRe

(Article begins on next page)

Presentare e comunicare le statistiche: principi, componenti e valutazione della loro qualità, parte II

I codici della comunicazione statistica

lunedì, 26 ottobre 2009 / **Filomena Maggino** , / **Marco Trapani**

1. Statistiche efficaci: il percorso

Per "percorso" ci riferiamo al processo di rendere efficace la presentazione delle statistiche. A tal fine, dobbiamo prevedere quattro passi "classici":

- a. *inventio* (ricerca degli argomenti efficaci),
- b. *dispositio* (disposizione in ordine degli argomenti),
- c. *elocutio* (come presentare gli argomenti, quali parole usare),
- d. *actio* (esecuzione della presentazione).

Il percorso non deve essere inteso come un processo lineare ma come un processo ciclico dove ogni passo precedente può essere ripetuto per controllare, migliorare, correggere integrare e rivedere il tutto prima di arrivare alla fase di "actio".

1.1. Inventio

Gli argomenti identificati si distinguono principalmente in base a ciò che è attinente, positivo o piacevole, minimizzando o tralasciando ciò che è irrilevante, negativo o spiacevole.

La presentazione dovrebbe quindi produrre prove a supporto degli argomenti selezionati. Le prove si distinguono nelle seguenti categorie:

- ▶ Prove "tecniche", ossia ottenute ricorrendo alle metodologie della retorica
- ▶ Prove "extra tecniche", come fatti, regole condivise, standard ufficiali, conferme scientifiche, valide e prestigiose citazioni che supportano e avvalorano la "storia" presentata.

Per organizzare gli argomenti della presentazione è possibile riferirsi alle ben note 5 W del giornalismo:

- ▶ Who → Chi → il / i soggetti coinvolti
- ▶ What → Che cosa → I fatti
- ▶ When → Quando → la collocazione temporale
- ▶ Where → Dove → il luoghi
- ▶ Why → Perché → le cause

Ad esse possiamo aggiungere

- ▶ in which way → in quale modo
- ▶ by which means → con quali mezzi

Per seguire il modello argomentativo dobbiamo definire questi passi:

- i. Che cosa deve essere dimostrato, coerentemente con il messaggio
- ii. Quali sono gli elementi a favore, che devono essere sostenuti e rinforzati
- iii. Quali sono gli elementi contrari, che devono essere contrastati e rifiutati

La teoria consolidata dell'argomentazione suggerisce che nel "racconto" di storie (Ellero, 1997) possono essere considerati sei "loci" (luoghi):

- I. **Luogo della quantità** (qualcosa può essere più importante di un'altra per motivi quantitativi, ad esempio benefici che coinvolgono molte persone sono preferibili a benefici che ne riguardano poche)
- II. **Luogo della qualità** (qualcosa può essere più importante perché è unica, irripetibile, rara o fragile)
- III. **Luogo dell'ordine/sequenza** (i fatti precedenti possono essere più importanti dei successivi, la causa più dell'effetto, o la fine piuttosto che il principio)
- IV. **Luogo dell'esistente** (le cose concrete e reali sono più importanti delle cose probabili o immaginate; il "principio di precauzione" [1] si vanificherebbe sotto questa argomentazione)
- V. **Luogo dell'essenza** (maggior valore va assegnato a soggetti che rappresentano tipi o funzioni e come tali sono riconosciuti come prototipi e casi di eccellenza)
- VI. **Luogo delle persone** (preferendo valori individuali, come merito o autonomia, in pratica ricorrendo alla propria autorità "riconosciuta")

Inoltre si possono proporre diverse tecniche già esistenti per trovare "buone idee", come il brainstorming, l'uso di "chiasmi" o giochi di associazione di parole.

1.2 Dispositio

Questa parte si riferisce all'ordine in cui vengono disposti i vari punti, precedentemente identificati per la presentazione. La sequenza della presentazione deve seguire un ordine logico, appropriato all'argomento che si sta presentando e al risultato che si vuole ottenere.

La trama dell'argomentazione potrebbe essere pensata come una catena in cui ogni elemento rappresenta un anello. L'idea metaforica della "concatenazione" porta ad affermare che la validità di una argomentazione dipende dalla forza dell'anello più debole.

Organizzare invece la presentazione dell'argomentazione come un "tessuto logico" permette di ottenere l'effetto di una maggiore resistenza (come una trama di tessuto è molto più resistente dei singoli fili, anche se in qualche parte presenta delle smagliature o delle "debolezze". (Perelman, 2005).

Una regola ben nota è la seguente (già reperibile in Quintiliano):

- ▶ Di quello che dirai → esordio
- ▶ Dillo → sviluppo
- ▶ Di quello che hai detto → epilogo

L'ordine degli argomenti all'interno dello "sviluppo" può seguire uno dei seguenti criteri di base:

Ognuno dei differenti criteri di ordinamento ha pro e contro, la sua appropriatezza dipende dalla situazione e dagli ascoltatori. La scelta deve essere fatta tenendo conto degli obiettivi attesi, del tipo di argomenti, di "audience", e, ultimo ma non meno importante, di preferenze del presentatore.

Un'altra classificazione può essere fatta riferendosi ai principali modelli adottati nella didattica; questi modelli in realtà si intersecano e si completano con i criteri esposti sopra, come in un sistema di "scatole cinesi" [2]; la tabella seguente li riassume indicandone l'uso più appropriato e i relativi rischi:

In casi particolari può essere adottato un mix di modelli, specialmente se la presentazione riguarda argomenti ampi e complessi, allo scopo di evitare l'effetto "noia", lavorando molto affinché il tutto non appaia confuso ed illogico.

1.3 Espressione (elocutio)

Mentre l'*inventio* permette la scelta degli argomenti e la *dispositio* la loro messa in ordine, l'*elocutio* consente di preparare ogni "pezzo" della presentazione selezionando le parole più appropriate e la costruzione delle frasi più adatta. Questo passo è strettamente correlato alla tecnica della retorica classica.

Una delle più importanti scelte da compiere riguarda il titolo della presentazione: ad eccezione dei casi in cui esistono precise regole o procedure, il titolo deve essere preparato per rendere al meglio l'idea della presentazione stessa. Nel migliore dei casi si potrà preparare un "titolo" che suoni come uno "slogan", da riprendere spesso durante tutta la presentazione.

Già con Quintiliano e poi con il medioevo si sono distinte le figure retoriche in categorie che sottolineano almeno un dettaglio (Garavelli, 2006) come:

1. **figure di pensiero:** riguardano un intero enunciato, nella sua conformazione ideativa e immaginativa; sono la prosopopea, l'apostrofe, l'interrogazione, l'esclamazione, l'imprecazione, l'epifonema, la reticenza, la preterizione, l'ironia, la perifrasi, l'ipotiposi, l'antitesi;
2. **figure di significazione o tropi:** riguardano il cambiamento di senso delle parole; sono la metafora, la metonimia, la sineddoche, l'antonomasia, l'iperbole, la litote;
3. **figure di dizione:** consistono nella modificazione della forma delle parole, come l'apocope, l'aferesi, la metatesi, la crasi ecc.
4. **figure di elocuzione:** riguardano la scelta e l'assortimento delle parole più convenienti: l'epiteto, la ripetizione, la sinonimia, l'asindeto e il polisindeto ecc.
5. **figure di costruzione:** interessano l'ordine delle parole nella frase; sono il chiasmo, l'anafora, l'iperbato, l'ellissi, lo zeugma ecc.
6. **figure di ritmo:** vertono particolarmente sugli effetti fonici come l'onomatopea, l'armonia imitativa, l'allitterazione.

Questa classificazione "classica" è stata considerata insoddisfacente ed arbitraria, e molte altre classificazioni sono state definite nel tempo.

La seguente classificazione, da noi proposta, è, a nostro avviso, una semplice, usabile e appropriata classificazione delle principali figure:

- **figure di "immagine"**

Le figure di immagine hanno lo scopo di modificare il livello di utilizzo del linguaggio, tentando di farlo passare da un livello puramente verbale ad un livello "visivo", attraverso operazioni che richiamino alla mente degli ascoltatori delle immagini.

- **figure di "ripetizione"** per gestire il "ritmo"

Sono le figure che, attraverso la "ripetizione", permettono un aumento di "importanza" della frase che si sta dicendo, e, unita ad una pausa, di aumentarne in modo significativo la "penetrazione"; è uno dei concetti più rilevanti della psicologia della persuasione, ben noto ai politici che creano degli "slogan" e li ripetono più e più volte, fino a renderli, per il solo fatto di essere ripetuti, veri (anche se spesso sono delle affermazioni tutt'al più di principio, ben lontane dalla realtà, vicine piuttosto alla "realtà desiderata").

- **figure "tecniche"** per vari scopi, come la captatio benevolentiae, l'enfasi, la concessione.

Questa tassonomia serve per classificare tutte le possibili "deformazioni" del linguaggio rispetto ad un teorico "grado 0", ossia al linguaggio puro e semplice, "*un discorso ingenuo e senza artifici*" (Gruppo μ , 1970, pag. 50), o, ancora "*quel limite verso cui tende, volontariamente, il linguaggio scientifico*". (Gruppo μ , 1970, pag. 50); ma allora il linguaggio della statistica deve rifuggire qualsiasi forma retorica? La retorica, ancora una volta, deve essere condannata? No, è ben l'ora di chiarire (Lakoff, 1980) che il linguaggio si nutre di retorica, che in definitiva tutto (o quasi) nel linguaggio è metafora, e che ridurre il linguaggio al "grado 0" renderebbe la comunicazione del tutto arida, priva di quel "contesto", di quella ricchezza di codice che la rende così flessibile ed adattabile alle innumerevoli esigenze umane.

Il linguaggio adottato nella comunicazione statistica deve essere:

1. appropriato al pubblico
2. "coerente" con il messaggio che si vuole trasmettere

Inoltre, nella presentazione scientifica, una speciale attenzione deve essere posta ai seguenti tre aspetti:

1. termini (scelta dei termini più appropriati; l'uso di una terminologia eccessivamente enfatica dovrebbe essere evitato, ma al tempo stesso non se ne può fare del tutto a meno)
2. linguaggio (uso "mirato" della terminologia specialistica, con particolare attenzione alla sua correttezza)
3. lingua (in particolare l'uso del linguaggio in un contesto internazionale, che deve evitare di ricorrere a "immagini", "modi di dire" o, in inglese, "phrasal verbs" troppo specifici di una realtà culturalmente e geograficamente limitata)

1.4 Esecuzione (actio)

Quest'area riguarda il modo in cui viene gestito il racconto, in termini di (i) introduzione, (ii) sviluppo, (iii) commenti, (iv) uso del tempo e dello spazio, (v) conclusioni e (vi) feedback (fase delle Domande e Risposte).

Per saperne di

Ellero M.P. (1997) *Introduzione alla retorica*, Sansoni Editore, Milano.

Garavelli B.M. (2006) *Manuale di retorica*, Bompiani, Milano

Gruppo μ (1976) *Retorica Generale*, Bompiani, Milano

Lakoff G. & Johnson M. (1998) *Metafora e vita quotidiana*, Bompiani

Perelman C. (2005) *Teoria e pratica dell'argomentazione. Antologia degli scritti* (a cura di G. Furnari Luvarà), Rubbettino

To be continued...

III. Rappresentazione delle statistiche: i tool

IV. Valutare la qualità della comunicazione statistica: una proposta

[1] Art.15 della Dichiarazione di RIO del 1992: "Ove vi siano minacce di danno serio o irreversibile, l'assenza di piena certezza scientifica non deve servire come pretesto per posporre l'adozione di misure, efficaci rispetto ai costi, volte a prevenire il degrado ambientale"

[2] In pratica si potrà adottare un criterio "in crescendo" abbinandolo ad un modello "per problemi".

OTRAS IMÁGENES

TIFF - 100.5 Kb
620 x 268 píxels

TIFF - 140.7 Kb
624 x 397 píxels
