
Idiomi in Rete

Autore: Claudia Di Lorenzi

Fonte: Città Nuova

È proprio la lingua che custodisce in sé la ricchezza di un popolo e oggi nuovi mezzi ne favoriscono la conservazione.

Tra le forme espressive la lingua di un popolo è forse quella che più delle altre in sé condensa la storia, la cultura, la sensibilità, l'identità di quella comunità di individui, sia che si parli di una grande nazione che di un gruppo esiguo di persone. Un patrimonio di informazioni che altrimenti troveremmo frammentato fra produzioni letterarie e artistiche, documenti storici e tradizioni, e che può sopravvivere alla stessa comunità che lo esprime. Anzi è proprio la lingua che custodisce in sé la ricchezza di un popolo e oggi nuovi mezzi ne favoriscono la conservazione: registrazioni audio e video si aggiungono al documento scritto e consentono di salvaguardare la ricchezza fonetica ed espressiva della lingua. Basta allora prendere una qualunque telecamera per fissare in una memoria digitale parole e suoni, e poi condividerle sul web col resto del mondo.

Nasce da qui l'iniziativa sposata da Google, un "Progetto per salvare le lingue in pericolo" che intende «documentare le oltre tremila lingue che sono sul punto di sparire per preservare la diversità culturale e rendere onore al sapere dei nostri antenati». Ecco allora che sul portale <http://www.endangeredlanguages.com>, realizzato in collaborazione con la University of Hawai'i e la Eastern Michigan University, è possibile trovare video che ritraggono persone che si esprimono in una delle lingue "in pericolo": dal *koro*, parlato solo da 800 persone in una regione remota del nord dell'India, al *chippewa*, proprio di popolazioni indigene del nord America. E poi l'aragonese, che si parla nella regione di Andorra al confine tra Spagna e Francia, e il logudorese proprio di comunità sarde che vivono nel centro dell'isola. Si tratta spesso degli anziani membri di piccole comunità talvolta sconosciute, non di rado gli ultimi a conoscere e parlare quegli idiomi, giacché le nuove generazioni sono in larga parte soggette a "contaminazioni" linguistiche. Il progetto invita gli utenti del sito ad arricchire la preziosa videoteca.

CARTOON

Disney contro l'obesità infantile

È una scelta di campo in favore dell'infanzia, quella che vede la Disney sposare la campagna della *first lady* americana Michelle Obama contro l'obesità infantile. All'attenzione per gli interessi e i gusti del pubblico dei minori, la casa di produzione statunitense unisce quella per la loro salute facendosi promotore di uno stile di comunicazione "sano": a partire dal 2015 l'azienda imporrà chiari vincoli alle pubblicità alimentari, mettendo al bando dai suoi canali televisivi, dalle stazioni radio e dai siti web tutti gli spot che invitano all'acquisto dei cosiddetti "cibi spazzatura". I prodotti reclamizzati all'interno degli spot che fanno da intermezzo ai programmi destinati a bambini e famiglie dovranno soddisfare standard nutrizionali minimi, in linea con quelli previsti dalla legge federale, e quindi promuovere il consumo di frutta e verdura e limitare le calorie.

INEDITE ALLEANZE

Il blog della mamma

Da sempre la possibilità di condividere esperienze e riflessioni, di confrontarsi sui problemi incontrati e sulle possibili soluzioni, aiuta gli individui ad affrontare compiti e prove importanti, a fare scelte decisive o semplicemente a vivere la quotidianità con le sue grandi e piccole sfide. Un atteggiamento solidale che trova nuove forme espressive sul web, dove il proliferare dei blog – i diari online – crea inedite comunità, virtuali ma non troppo. A trarre beneficio da questa rete sono stavolta le neomamme che, grazie all'attività di blogging, possono sentirsi meno sole nella complessa

transizione verso la maternità.

Lo rivela uno studio della Brigham Young University, negli Stati Uniti, secondo cui leggendo e scrivendo diari online le mamme si sentono più «connesse ai propri amici e alla propria famiglia, entrando in contatto con le esperienze materne altrui e sentendosi più supportate e comprese».