

Massima di Qualità:

Cerca di dare un contributo di informazioni vere, e in particolare

1. Non dire cose che ritieni false;
2. Non dire cose per le quali non hai prove adeguate.

Massima di Relazione:

1. Sii pertinente;
2. Non inserire argomenti totalmente sconnessi o irrilevanti.

Massima di Modo:

Sii perspicuo, e in particolare

1. Evita espressioni ambigue;
2. Evita espressioni oscure;
3. Sii breve (evita inutili prolissità);
4. Procedi ordinatamente.

Violazione delle massime

«La maggior parte dei parlanti normalmente **trasgredisce** queste presunte prescrizioni. In realtà, non si tratta affatto di **prescrizioni** per il buon comportamento in società, bensì di un modo di esprimere la categoricità della loro presupposizione che risulta proprio dalle reazioni alla normale trasgressione.

Quando infatti **cerchiamo di dare un senso ad un enunciato** che, in un dato contesto, non ci sembra che possa essere interpretato letteralmente, la nostra ricerca è tacitamente guidata dal **tentativo di rendere quell'enunciato pertinente, informativo, vero o comunque conforme ai diversi precetti delle massime**» (Bertuccelli Papi 1993: 44).

Il ruolo del lettore nella genesi di un testo

- «Ogni testo si basa necessariamente e costantemente su un **insieme di conoscenze** che l'autore sa che sono note al suo lettore/ascoltatore (o per meglio dire crede o vuole che lo siano)»;
- «Questa base di nozioni costituisce il **testo presupposto**, un livello testuale che esiste solo in virtù del **lettore**, il quale **gioca un ruolo importante** non solo nella fase finale della comunicazione (la lettura, la ricezione) ma anche nella fase iniziale [...], **nella genesi di un testo**»;
- «La **previsione** o la conoscenza del tipo di lettore è infatti un elemento decisivo nella fase di **pianificazione della scrittura**, perché influisce e orienta fortemente sia la **forma** (lo stile, il tono) sia il **contenuto** (la scelta e la gestione delle informazioni)» (Telve 2008: 87).

Non detto e cooperazione

- «Un testo, quale appare nella sua superficie (o manifestazione) linguistica, rappresenta una catena di artifici espressivi che debbono essere aggiornati dal destinatario»;
- «Un testo si distingue però da altri tipi di espressione per una sua maggiore **complessità**. E motivo principale della sua complessità è proprio il fatto che esso è intessuto di **non-detto**»;
- «Un testo, più decisamente che ogni altro messaggio, richiede **movimenti cooperativi** attivi e coscienti da parte del lettore» (Eco 1979: 50-51).

Gli spazi bianchi del testo

- «Il testo è dunque intessuto di **spazi bianchi**, di interstizi da riempire, e chi lo ha emesso prevedeva che essi fossero riempiti»;
- **un testo è un meccanismo pigro (o economico)**: vive sul plusvalore di senso introdotto dal destinatario;
- **un testo vuole che qualcuno lo aiuti a funzionare** (Eco 1979: 52).

Orizzonte d'attesa del ricevente

- «Ogni testo è indirizzato verso un narratario [= ricevente, lettore] che ha già nei confronti del testo un **orizzonte d'attesa** ben definito al quale l'autore dovrà in gran parte adeguarsi»;
- «Per raggiungere questo obiettivo, egli dovrà accettare le convenzioni e le consuetudini comunicative e stilistiche proprie del **genere** al quale il testo apparterrà» (Telve 2008: 87);
- «Un testo è un prodotto la cui **sorte interpretativa** deve far parte del proprio meccanismo generativo: generare un testo significa attuare una **strategia** di cui fan parte le **previsioni** delle mosse altrui» (Eco 1979: 54).

Il Lettore Modello

«Per organizzare la propria **strategia testuale** un autore deve riferirsi a una serie di competenze [...] che conferiscano contenuto alle espressioni che usa. Egli deve assumere che l'insieme di competenze a cui si riferisce sia lo stesso a cui si riferisce il proprio lettore. Pertanto prevederà un **Lettore Modello** capace di cooperare all'aggiornamento testuale come egli, l'autore, pensava, e di muoversi interpretativamente così come egli si è mosso generativamente» (Eco 1979: 55).

L'Autore Modello

«[A]nche il lettore empirico, come soggetto concreto degli atti di cooperazione, si deve disegnare un'ipotesi di Autore, deducendola appunto dai dati di strategia testuale» (Eco 1979: 62).

Livello informativo e Lettore Modello

Anche la scelta di quali informazioni fornire e di come presentarle (ad es. spiegando alcuni concetti o dandoli per scontati) dipende dal Lettore Modello e dal rapporto con i possibili destinatari del testo. La previsione del lettore passa anche attraverso la previsione di quali potrebbero essere le **conoscenze condivise**. Si confrontino ad esempio i due testi seguenti:

Area di Broca (per esperti)

Centro corticale posto ai piedi della circonvoluzione frontale ascendente dell'emisfero sinistro. La sua lesione o perdita funzionale è causa della perdita della capacità di produrre il linguaggio articolato (afasia di Broca, altrimenti detta "afasia ad emissione verbale ridotta"). [www.cild.it - Centro Italiano di Logoterapia Dinamica]

Area di Broca (per meno esperti)

L'area di Broca (pronuncia: brocà) è una parte dell'emisfero sinistro del cervello, localizzata nel piede della terza circonvoluzione frontale, le cui funzioni sono coinvolte nella elaborazione e comprensione del linguaggio. Tale area può anche essere descritta come l'unione dell'area di Broadmann 44 e della 45, ed è connessa all'area di Wernicke da un percorso neurale detto fascicolo arcuato. Prende il nome dal fisico e anatomista Paul Pierre Broca, che fu il primo a descriverla nel 1861 dopo aver condotto un'autopsia di un paziente afasico. [Wikipedia]

A5: Le informazioni nel testo

Le informazioni accessibili

- «L'unità di senso si ha non solo in assenza di incoerenze, ma anche a patto che le **informazioni** del testo siano distribuite in modo intelligente, cioè in modo **agevole** per il lettore»;
- «Le informazioni possono essere infatti più o meno note, e più o meno attese dal lettore (cioè più o meno **accessibili**), e un testo coerente prevede che esse siano distribuite in modo equilibrato per non affaticare la lettura e compromettere la comprensione» (Telve 2008: 89-90).

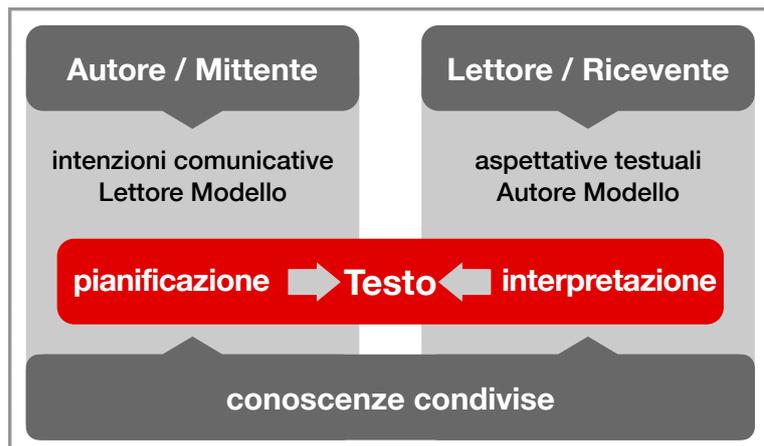
Il dato e il nuovo

- «Tendiamo a **organizzare la frase** a vantaggio del ricevente, secondo due fasi»;
- «Prima esplicitiamo un'informazione che riteniamo già nota al nostro interlocutore (il **dato**)»;
- «A questa informazione nota facciamo seguire un'informazione **nuova**» (Telve 2008: 44).

Le informazioni nel testo

- **Testi con informazioni totalmente nuove sono scarsamente accessibili:** il destinatario non riesce ad ancorare le informazioni nuove alle proprie conoscenze o al contesto nel quale riceve il testo;
- **Testi con informazioni totalmente note sono scarsamente informativi:** non hanno alcuna utilità per il destinatario (non arricchiscono il suo universo di conoscenze né lo aiutano ad interpretare meglio il contesto in cui il testo si realizza); non ottengono perciò l'attenzione del destinatario;
- **Testi con informazioni nuove ma parzialmente connesse ad altre in parte note:** è questo tipo di testi che permette la massima efficienza nella distribuzione di informazioni e ottiene l'attenzione del destinatario.

Fig. A1: Diagramma della Cooperazione testuale (sulla base delle riflessioni di Eco in Lector in fabula): nella produzione del testo, l'Autore deve prevedere/rappresentarsi con un Lettore Modello (anche se sta scrivendo una pagina di diario, si sta rapportando a un Lettore Modello rappresentato dalla sua previsione del se stesso del futuro). Il Lettore muove dalle proprie aspettative testuali, cercando poi di interpretare i segnali nel testo per capire con che tipo di testo si sta confrontando e qual è il suo scopo.



Informatività e attenzione

- L'**informatività** è legata all'**attenzione** del ricevente: testi altamente informativi (con una maggiore incidenza di informazioni nuove) richiedono maggiore sforzo e concentrazione da parte del lettore;
- Poiché la comunicazione richiede l'**attenzione** dell'interlocutore, chi comunica (chi produce un testo) deve in qualche modo **garantire** o **dimostrare** all'interlocutore l'**utilità** o l'**importanza delle informazioni comunicate**.

Accessibilità delle informazioni

Le informazioni contenute in un testo devono essere in qualche modo accessibili. Le **conoscenze condivise** sono informazioni note (o che si presume siano note) sia all'autore che al lettore (o al Lettore Modello).

L'**accessibilità** di un testo riguarda anche le aspettative testuali del destinatario, in base alle quali alcune informazioni possono essere più accessibili perché attese; ad esempio, se cerco la voce "Leone" su un'enciclopedia sugli animali, mi aspetto che ad un certo punto mi parli della classificazione zoologica del leone. Ma il mio **orizzonte d'attesa** dipende anche (o soprattutto) dalla mia conoscenza di quel tipo e di quel genere di testo, e dalla mia capacità di **riconoscere** nel testo che sto leggendo (la voce "Leone" dell'enciclopedia sugli animali) quello specifico tipo e quel genere.

Il **Lettore Modello** e la **tipologia testuale** rientrano quindi anche nella questione dell'accessibilità e della pertinenza di un testo.

Pertinenza delle informazioni

Se le informazioni (più) accessibili sono quelle che fanno parte delle conoscenze condivise o rispondono alle aspettative testuali (e quindi quelle già note, attese o prevedibili), come fa il lettore ad acquisire le informazioni nuove?

Le **informazioni nuove**, per poter essere acquisite, devono in qualche modo essere collegate, messe in relazione, **ancorate** alle informazioni accessibili. Proprio in virtù di questo ancoraggio, le informazioni nuove diventano a loro volta accessibili.

Questo **ancoraggio** può avvenire sia in relazione alle informazioni già accessibili che al contesto comunicativo nel quale il testo si inserisce. La **pertinenza delle informazioni** riguarda proprio l'**ancoraggio alle informazioni accessibili** per il destinatario e l'**adeguatezza al contesto comunicativo**.

Appropriatezza di un testo

Mentre l'accessibilità delle informazioni fa riferimento alla comprensibilità del testo (per cui informazioni non accessibili possono compromettere la comprensione), la pertinenza fa riferimento all'**appropriatezza del testo**: informazioni scarsamente pertinenti rendono il testo non appropriato al **contesto comunicativo** nel quale si inserisce. In questo senso, è importante rispettare non solo le aspettative testuali del destinatario, ma anche la situazione comunicativa nella quale il testo viene recepito.

Ad esempio, se parlassi di Fisica Quantistica durante una lezione alla Facoltà di Lingue, buona parte delle informazioni nuove che inserisco sarebbero inaccessibili, e renderebbero incomprensibile il mio testo. Se invece durante la lezione iniziassi a parlare del mio gatto, ovviamente le informazioni che fornirei sarebbero accessibili ai miei destinatari, ma per nulla adatte alla situazione comunicativa e alle aspettative degli uditori; quindi, parlare di gatti non sarebbe pertinente.

Ma se infine, per discutere di semiotica testuale, parlassi del Paradosso del Gatto di Schrödinger come rappresentazione metaforica della teoria dei mondi possibili? Di colpo, i riferimenti a gatti e fisica quantistica potrebbero guadagnare di senso, diventare **appropriati al contesto** in virtù del loro ancoraggio ad un punto (testuale) di partenza che permetta ai miei destinatari di raggiungermi lungo un percorso ben definito di conoscenze, rimandi logici e culturali, fino al punto d'arrivo: le informazioni nuove e salienti del mio testo.

Questo ancoraggio è la **pertinenza**.

Teoria della pertinenza

«Intuitively, **an input** (a sight, a sound, an utterance, a memory) **is relevant** to an individual **when it connects with background information** he has available **to yield conclusions that matter to him**: say, by answering a question he had in mind, improving his knowledge on a certain topic, settling a doubt, confirming a suspicion, or correcting a mistaken impression. [...] **In relevance-theoretic terms**, an input is relevant to an individual when its processing in a context of available assumptions yields a **positive cognitive effect**» (Wilson-Sperber 2004).

«La **ricerca della rilevanza**, della pertinenza dell'informazione che viene fornita per il discorso in atto, guida l'attenzione dell'ascoltatore nell'interpretazione, e la **segnalazione della rilevanza** guida la costruzione del discorso da parte del parlante» (Andorno 2003: 74).

Salienza informativa

Le informazioni possono essere più o meno rilevanti per il destinatario o per il contesto nel quale si inseriscono. La **salienza informativa** riguarda la rilevanza (l'importanza, e con essa la pertinenza) di una determinata informazione in base ai destinatari, al contesto e all'Universo del Discorso nel quale si inserisce.

La salienza può dipendere anche dall'**organizzazione delle informazioni**: inserire un'informazione poco importante o più generale dopo un'informazione più importante e specifica vuol dire impoverire di salienza informativa la prima e rendere meno pertinente (o far apparire meno importante) la seconda.

Efficacia di un testo

L'**efficacia** di un testo (non di tutti i testi, e prevalentemente, ma non esclusivamente, di quelli informativi) dipende dalla sua **capacità di rendere salienti le informazioni che presenta**: l'importanza delle informazioni (per il destinatario, per il contesto del Discorso nel quale si inserisce il testo) determina l'utilità del testo.

Il testo è quindi pienamente pertinente se produce un effetto. Sperber e Wilson parlano di "effetti cognitivi":

- **Soluzione:** il testo risponde a quesiti irrisolti per il destinatario (non di rado, è il testo stesso che pone/crea il problema, in una strategia a due fasi: impostazione del problema / soluzione del problema);
- **Estensione:** il testo estende le conoscenze del destinatario su un determinato argomento di suo interesse;
- **Trasformazione:** il testo produce una trasformazione nelle convinzioni o nelle conoscenze del destinatario, generando nuove riflessioni.

A6: Testo e contesti

Si fa presto a dire "contesto"

«Si intende per **contesto**, in un'accezione larga, l'insieme dei fattori sociali, culturali, situazionali ed ambientali in cui ha luogo uno scambio comunicativo e che sono tali, per il fatto stesso di essere attivi in potenza, da condizionare direttamente o indirettamente l'attività comunicativa stessa; a volte ci si riferisce ad esso con il sintagma **contesto culturale generale**.

[...] In un'altra accezione, comune soprattutto tra i linguisti, ci si riferisce talora con il termine **contesto** anche all'intorno linguistico (al testo) in cui si colloca un enunciato o una sua parte; per fare riferimento a questo significato si preferisce usare, però, per evitare ambiguità, il termine **cotesto**» (Bonomi *et al.* 2003: 282).

Dentro o attorno al testo

- **Co-testo:** l'insieme di elementi linguistici (ma anche semiotici in senso lato) che co-occorrono con il testo;
- **Contesto:** l'insieme di fattori sociali, culturali, ideologici all'interno dei quali (e in virtù dei quali) il testo viene prodotto, si realizza; lo sfondo culturale, il Discorso (in termini foucaultiani) all'interno del quale il testo si inserisce.

Intertestualità e interdiscorsività

- **L'intertestualità** riguarda specificamente le relazioni del testo con altri testi, ovvero i suoi riferimenti (più o meno espliciti) a **testi specifici**;
- I riferimenti ad elementi esterni al testo non sono sempre chiaramente collegabili ad una fonte specifica; spesso si fa riferimento a schemi rappresentativi, elementi culturali o stilistici **diffusi nel contesto extralinguisti-**

Fig. A2: Diagramma della Salienza informativa (sulla base della Teoria della Pertinenza di Sperber e Wilson): le informazioni di un testo sono pertinenti se messe in relazione con le informazioni accessibili (note, oppure attese o prevedibili in base dal lettore, anche in base al tipo testuale) e adeguate al contesto comunicativo nel quale vengono prodotte. Un testo è pienamente pertinente se produce un effetto (cognitivo); se, quindi, le informazioni sono (rese) importanti per il destinatario e organizzate in modo da evidenziarne la salienza informativa.

