

Il testo informativo. Il contributo della teoria linguistica alla costruzione dell'informazione in mediazione familiare

Ilaria Tani, Claudia Chiarolanza

Sapienza – Università di Roma
Relazione presentata al 15 Congresso Nazionale 15° Convegno Nazionale S.I.Me.F.
Conoscere per scegliere la mediazione familiare
Come costruire un'efficace informativa in contesti differenti
Roma, 24-25 gennaio 2020

Punti oggetto di discussione:

1. L'informativa come forma testuale
2. Strategie d'enunciazione
3. Quando dire è fare

1. L'informativa come forma testuale

- Fattori della competenza testuale e comunicativa
- Situazione
- Destinatari
- Scopi e risultati attesi
- Contenuto
- Forma e genere del messaggio

Criteria della testualità

- **Informatività**
Misura in cui gli elementi testuali proposti sono attesi o inattesi oppure noti o ignoti/incerti, rapporto dato/nuovo; tema/rema
- **Coesione**
Modo in cui gli elementi linguistici di superficie sono tra loro collegati
- **Coerenza**
Configurazione concettuale soggiacente riconoscibile e rilevante rispetto alla funzione del testo
- **Intenzionalità**
Atteggiamento e motivazioni del parlante
- **Accettabilità**
Disposizione del ricevente ad accogliere una produzione linguistica come sensata
- **Situazionalità**
Fattori che rendono un testo pertinente rispetto ad un contesto comunicativo
- **Interstestualità**
Fattori che fanno dipendere l'utilizzabilità di un testo dalla conoscenza di altri testi

Informatività

- Rapporto tra primo piano e sfondo
- Presupposizioni e implicature (detto non-detto)
- Significato letterale e significato del parlante

⇒ Grice: Principio di cooperazione (posto a fondamento anche delle forme di interazione conflittuale)

Funzione ideazionale

- Dare un nome alle cose: assegnare a qualcosa o a qualcuno un posto nel mondo
- Varietà diafasiche (scelta di parole comuni o termini specialistici)
- Metafore (con valore semantico e pragmatico)
- Polifonia

2. Strategie d'enunciazione

- Patto di fiducia tra parlanti e contratto di mediazione
- Rapporto fra i comportamenti dei singoli individui in microsituazioni comunicative e i vincoli macrosociali imposti dalla struttura sociale esterna.
- Distinzione Enunciatore/Enunciataro

⇒ Strategia della distanza e strategia della vicinanza

a. Strategia della distanza (contratto informativo)

1a. Neutra

L'Enunciatore si presenta come colui che deve informare e sa trovare l'informazione, l'Enunciataro si presenta come dotato di voler-comprendere/fare e poter-comprendere/fare:

- Registro impersonale (terza persona);
- Assenza di marche di interpellazione;
- Forma oggettivata e non persuasiva;
- Giustapposizione non classificatoria e non valutativa dei temi.

La modalità specifica dell'informazione declinata in modo neutro è di solito presente nelle brochure scritte. Ad esempio quando si scrive:

“La Mediazione Familiare (MF) è un percorso per la riorganizzazione delle relazioni familiari in vista o in seguito alla separazione, al divorzio o alla rottura della coppia a qualsiasi titolo costituita.”

l'informazione non viene personalizzata e adattata allo specifico caso. L'informazione viene offerta all'enunciataro (il destinatario dell'informativa) in modo generalizzato. Inoltre, l'enunciataro con la sua specifica richiesta non è interpellato.

2a. Distanza istituzionale

L'Enunciatore si assume la responsabilità del discorso, con l'adozione di un “noi esclusivo”, senza però mai interpellare l'enunciataro.

L'interlocutore empirico resta libero di aderire o meno al contratto enunciativo e ai ruoli tematici rappresentati nell'enunciato, nonché ai valori espressi.

L'informativa viene offerta all'enunciataro (il destinatario dell'informativa) attraverso la presentazione di uno specifico modello di intervento. Ad esempio, quando nell'offrire l'informativa si sottolinea che il modello specifico di intervento prevede sempre un colloquio iniziale con la coppia si offre un modello rispetto al quale l'enunciataro può aderire o meno.

3a. Distanza pedagogica

L'Enunciario non appare dotato di un poter-comprendere/fare e l'Enunciatore si assume il compito non solo di informare ma anche di spiegare il senso del servizio, le sue eventuali conseguenze sull'Enunciario.

L'Enunciatore tiene a distanza l'Enunciario, guidandolo, mostrando e chiarendo il valore dei diversi aspetti, consigliandolo.

L'Enunciario è rappresentato come un soggetto che ascolta, capisce, trae profitto dai consigli; il che porta alla costruzione di un universo del discorso fortemente gerarchizzato.

L'informativa viene personalizzata sulla base della richiesta che viene fatta. Chi fa l'informativa offre informazioni diverse in base al destinatario e alla richiesta (se ad esempio è il genitore che chiede informazioni o un avvocato).

Il destinatario dell'informativa (l'enunciario in linguistica) è rappresentato come qualcuno che ne sa meno.

b. Strategia della vicinanza (contratto paritetico)

Enunciatore ed Enunciario appaiono dotati del medesimo voler-sapere e poter-comprendere/fare e insieme avanzano verso il percorso di mediazione-trasformazione.

Marche linguistiche ed enunciative della strategia paritetica (o della vicinanza):

- Sul piano comunicativo: scelta di forme dialogiche (hedging) e informali, uso del "noi inclusivo";
- Sul piano linguistico: ricorso ad espressioni metaforiche e a forme tipiche del parlato familiare;
- Sul piano testuale: preferenza per la funzione ludica (brillante, scherzosa, vivacizzata) e fatico-empatica, affettiva.

L'informativa viene declinata con riferimento al caso specifico. L'enunciatore cerca di offrire la risposta più adatta al destinatario dell'informativa. Ciò ad esempio può accadere quando l'enunciario sta affrontando una crisi di coppia ma non ha intenzione di separarsi.

Questa strategia è di solito utilizzata nel primo colloquio in cui le caratteristiche proprie dell'intervento si adattano allo specifico caso familiare.

3. Quando dire è fare

La comunicazione di informazioni è un tipo di atto linguistico, quasi sempre mescolato ad una molteplicità di altre azioni linguistiche.

Il significato si costituisce cioè pragmaticamente, in riferimento a intenzioni e azioni di un parlante e di un destinatario.

Entra in gioco qui la nozione di **forza illocutoria**: funzione comunicativa o tipo di azione sociale compiuta proferendo un enunciato (descrizione, consiglio, invito, scusa, saluti, ecc.).

Indicatori di forza illocutoria

Sintattici

➤ Modo del verbo

- Imperativo: ha generalmente funzione esercitativa e direttiva, ma può anche significare un'offerta: "prenda il modulo"; oppure dare istruzioni, ecc.;
- Indicativo: ha perlopiù funzione rappresentativa, ma può anche avere una funzione persuasiva o significare domanda indiretta o impegno;
- Interrogativo: serve generalmente per formulare richieste o domande ma può anche esprimere incertezza;
- Forma ipotetica: può marcare probabilità e dialogismo.

- Tempo del verbo
 - Futuro con funzione di impegno, es.: ci sarò;
 - Imperfetto con funzione di mitigazione: volevo solo chiedere...

Prosodici

Utili per distinguere la forza illocutiva di un imperativo: ordine, invito, offerta, augurio

- Tono della voce
- Enfasi

Lessicali

- Verbi illocutori (chiedo, affermo, insisto, prometto, giuro ecc.);
- Espressioni frasali (per favore, si potrebbe considerare, a ben vedere ecc.);
- Forme avverbiali (“probabilmente è già qui”, atto linguistico con forza assertiva attenuata [hedging], vs “è certamente arrivato”: atto linguistico assertivo).

Nell’informativa il modo del verbo più utilizzato è l’indicativo. Le informazioni che l’enunciatore offre sono chiare e seguono prevalentemente uno schema consolidato.

Gli indicatori prosodici indicano prevalentemente un’offerta di informazioni

Gli indicatori lessicali sono prevalentemente riferiti al verbo chiedere. Le chiedo quanti anni ha, dove vive, quanti figli, etc....

Una tipologia di atti performativi (Austin, 1962)

- **Verdettivi**
Emissione di un verdetto, un giudizio, una valutazione (retti dai verbi *giudicare, stimare, valutare, calcolare*), atto che può essere compiuto da diversi tipi di autorità
- **Esercitivi**
Esercizio di poteri, diritti, influenza (retti dai verbi *ordinare, raccomandare, lasciare in eredità, licenziare, votare per, avvertire, minacciare, consigliare*); anche questi atti prevedono qualche tipo di autorità e si svolgono nell’esercizio di un potere, di un diritto o di un’influenza nel prendere decisioni
- **Commissivi**
Assumere un impegno (retti dai verbi *promettere, scommettere, avere intenzione di, proporre, giurare, opporsi, acconsentire*)
- **Comportativi**
Legati ad atteggiamenti e comportamenti sociali (come *scusarsi, congratularsi, sfidare, ringraziare, dare il benvenuto, augurare, benedire, maledire, lamentarsi*); atti che chiunque può fare, sono perciò quelli più frequenti in parlanti che non possono compiere esercitivi o verdettivi (ad esempio in contesti medici anche la richiesta di informazioni viene formulata e interpretata come lamentela)
- **Espositivi**
Usati nella presentazione di un contenuto o di un modo di vedere, per illustrare opinioni, portare avanti discussioni, chiarificare usi e riferimenti (*affermare, negare, rispondere, domandare, dedurre, definire, concludere*)

Atti performativi

Nell'informativa si fa un largo uso di verbi espositivi ovvero il riferimento a verbi che illustrano modi di vedere, opinioni, chiarificano usi e riferimenti (affermare, negare, rispondere, domandare, dedurre, definire, concludere).

Significato letterale e forza illocutoria

La forza propria di un atto può essere espressa attraverso la forma di un altro tipo di atto, non rispettando il criterio della coerenza tra forma sintattica e funzione comunicativa (Caffi 2009).

- Es.: «Questo Paese deve essere unito, e se non l'unisce la persuasione lo farà la spada» (*Convenzione Federale di Filadelfia*, 1787, discussione sulla futura Costituzione degli Stati Uniti; informazione o minaccia? Espositivo o esercitivo?)
- Es.: «Quante volte v'ho detto, all'uno e all'altro, che i frati bisogna lasciarli cuocere nel loro brodo?» (*I Promessi Sposi*, cap. XVII: espositivo o verdettivo?).
- Es.: «Giuseppe ama i suoi libri come figli» (informazione o avvertimento o giudizio?)
- Es.: «Credo che il treno stia partendo» (espositivo o esercitivo, con verbo di atteggiamento proposizionale (*credo*) in funzione attenuativa).

Per concludere

L'informativa dal punto di vista testuale e discorsivo è un evento solo apparentemente semplice.

Può essere considerato una sorta di paratesto rispetto all'eventuale percorso di mediazione. Con quest'ultimo intrattiene una relazione sintattica (lo precede), semantica (dice qualcosa sulla natura della mediazione) e pragmatica (istituisce una prima relazione tra i partecipanti alla mediazione).

Saper riconoscere e gestire i livelli che abbiamo qui considerato può evitare possibili fallimenti del colloquio informativo e al tempo stesso gettare le basi di un proficuo percorso della mediazione.

Per approfondire

- Andorno, *Linguistica testuale. Un'introduzione*, Carocci, 2003.
- Caffi, *Pragmatica. Sei lezioni*, Carocci, 2009.
- Lavinio, *Comunicazione e linguaggi disciplinari. Per un'educazione linguistica trasversale*, Carocci, 2004.
- Lorusso (a cura di), *Metafora e conoscenza*, Bompiani, 2005.
- Marrone, *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Einaudi, 2001.
- Orletti, *Fra conversazione e discorso. L'analisi della interazione verbale*, Carocci, 1998.
- Sbisà (a cura di), *Gli atti linguistici. Aspetti e problemi di filosofia del linguaggio*, Feltrinelli, 1978.