

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Comunicare-produzione

This is a pre print version of the following article:

Original Citation:

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/96508> since

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

COMUNICARE - PRODUZIONE

“Rappresentare eventi, fenomeni, principi, concetti, norme, procedure, atteggiamenti, stati d’animo, emozioni, ecc. utilizzando linguaggi diversi (verbale, matematico, scientifico, simbolico, ecc.) e diverse conoscenze disciplinari, mediante diversi supporti (cartacei, informatici e multimediali)” (DM 22 agosto 2007).

Accanto al momento della fruizione comunicativa, sviluppato nel contributo precedente, si tratta di affrontare il momento della produzione comunicativa, ovvero la elaborazione di un messaggio – scritto o orale – nell’ambito di una determinata situazione comunicativa¹. E’ evidente che i due piani – quello della fruizione e della produzione – sono fortemente intrecciati, in particolare per quanto riguarda il codice orale; per comodità di analisi vengono separati, in quanto evidenziano due ambiti di competenza strategici per la formazione scolastica.

Trattandosi della produzione di un messaggio, un primo momento riguarda l’*identificazione dello scopo e del destinatario*, ovvero la consapevolezza del bisogno comunicativo a cui occorre rispondere. Prima di scrivere o produrre un messaggio orale devo avere chiaro perché lo faccio e a chi mi rivolgo: si tratta di due presupposti di buon senso, sebbene clamorosamente trascurati dal lavoro scolastico, nel quale spesso si scrive per prendere il voto o per assecondare la richiesta dell’insegnante più che per esercitare un’azione comunicativa.

Segue la fase di *ideazione-pianificazione*, nella quale prende corpo la risposta al bisogno comunicativo evidenziato; si tratta di una fase cruciale, in quanto prende corpo la personalità del soggetto, si evidenzia il suo stile comunicativo. Mentre nella comunicazione orale tale fase risulta perlopiù implicita, ovvero giocata in itinere nel corso dell’interazione, attraverso una “conversazione riflessiva” con se stessi, nella comunicazione scritta può concretizzarsi in una traccia e/o in un abbozzo del testo.

La fase di *elaborazione* richiama in modo più specifico l’attivazione delle componenti lessicali, morfologiche, sintattiche, testuali presenti nella produzione di un messaggio attraverso il codice verbale: si tratta di passare dal progetto alla sua realizzazione, dall’idea alla produzione di un messaggio ben costruito. Strettamente connessa è la fase di *revisione*, ovvero la verifica del messaggio prodotto e la sua eventuale modificazione in funzione dello scopo e del contesto; si tratta di un processo riconoscibile non solo a conclusione del processo di elaborazione, ma anche in itinere, attraverso una continua rimodulazione delle scelte lessicali, morfo-sintattiche, ortografiche o fonetiche.

E’ importante evidenziare come la relazione tra i processi indicati sia di tipo circolare, più che lineare il processo di elaborazione tende a modificare il progetto iniziale oppure la revisione comporta una ristrutturazione del piano e una nuova elaborazione, e via dicendo.

Sullo sfondo viene dato rilievo all’*atteggiamento comunicativo*, ovvero al modo con cui il soggetto si pone in rapporto all’azione comunicativa e alla *sensibilità al contesto*, ovvero alla capacità di tener conto dei fattori contestuali, sia in termini di vincoli da rispettare (tempo a disposizione, strumenti, setting, etc.), sia in termini di dinamica relazionale entro cui il messaggio si situa.

¹ La competenza comunicativa non si riferisce solo al linguaggio verbale, bensì anche agli altri codici comunicativi (grafico, musicale, corporeo, etc.); nell’economia de contributo ci si è limitati a richiamare il codice verbale.

