

COMPRESIONE

COMPRESIONE

Il termine c. può indicare realtà diverse: un processo di decodificazione o il suo risultato finale, il significato espresso da una conversazione, un'intuizione empatica. La c. si realizza in svariate situazioni: nella → lettura, nell'ascolto, nella conversazione, in una → comunicazione verbale e / o non verbale, nella interazione diretta, diadica o di gruppo con o senza possibilità di *feedback*, come nella comunicazione di massa, tra persone che si conoscono o non si conoscono, ecc. Si parla di c. in riferimento a differenti modalità di codificazione: verbale, non verbale, visiva, artistica, letteraria, poetica, ecc. Poiché la capacità di c. è soggetta a sviluppo e dipende da vari fattori individuali, si parla di buona e scarsa abilità di e, di buona o scarsa capacità di eterocentrarsi empaticamente o no.

1. *C. e codificazione.* Spesso la c. viene inconsapevolmente assunta come specularmente opposta al processo di codificazione. I processi di c. e quelli di codificazione possono dirsi specificamente diversi per vari motivi. Il processo di codificazione è un'attività di distribuzione dell'informazione su presupposizioni fatte sul ricevente, mentre il processo di c. ricostruisce il significato a partire dalle informazioni a disposizione e di quelle già possedute. Il ritmo di comunicazione è deciso da colui che comunica; il processo di c. richiede un'adeguazione a questo ritmo (nella comunicazione orale), o è totalmente svincolato da esso (nella comunicazione scritta). Il risultato finale del processo di c. è più vasto (e spesso anche diverso) da quello supposto dal comunicante e nella conversazione è più oggetto di costruzione che di semplice ricezione. La ricerca sui processi di c. è stata molto vasta e così intensa che, quanto è stato prodotto in questi ultimi decenni, supera quello svolto nell'ultimo secolo. Non potendo esaminare i processi di c. di ogni tipo di comunicazione, ci limiteremo ad alcuni aspetti della c. testuale scritta come fenomeno esemplare e tipico di molte modalità comunicative.

2. *Processi di c.* La c. sembra dipendere sostanzialmente dalla capacità strutturale della mente di utilizzare strategie e meta-strategie. Il processo di c. è sollecitato dallo stimolo linguistico (processo di *bottom up*, vale a dire dallo stimolo linguistico alla rappresentazione semantica) che attiva le conoscenze previe. La disponibilità di conoscenze previe e la loro attivazione fanno sì che si metta in azione un processo di *top down* (vale a dire dalle conoscenze presenti nella memoria allo stimolo) che conduce il processo stesso di c. La grande quantità di informazioni veicolate in un messaggio e la velocità con cui vengono veicolate richiedono nel ricevente capacità e flessibilità nel produrre un'ipotesi di significato e una sua falsificazione a partire da nuove informazioni che vengono via via acquisite. Questo è particolarmente necessario e decisivo quando in mancanza di conoscenze previe il processo di c. è principalmente un processo di *top down*. In questo caso il processo di c. è assai simile a quello scientifico di correzione dell'ipotesi a mano a mano che sopraggiungono nuove informazioni. Le capacità limitate di elaborazione della memoria richiedono processi di selezione e cancellazione di informazioni ritenute non importanti e di integrazione che permettono di costruire progressivamente una rappresentazione astratta del significato che viene acquisito. Il variare della modalità (qualitativa e quantitativa) con cui vengono trasmesse le conoscenze, richiede un uso flessibile di strategie opportune ed efficaci secondo il mutare delle difficoltà del testo o dell'argomento. Poiché ogni comunicazione si basa sul presupposto pragmatico di codificare solo quegli elementi di informazione che si ritengono sufficienti a rendere comprensibile e conciso il messaggio, ogni attività di c. comporta l'uso di conoscenze previe e lo svolgimento di processi inferenziali di completamento o arricchimento del testo. Tale processo spesso può diventare causa di fraintendimenti. La capacità di c., infine, è determinata dall'abilità e competenza a svolgere agilmente e precisamente i processi richiesti e a gestire le risorse disponibili in base a ciò che deve essere conseguito.

3. *Strategie e metastrategie di c.* L'attività di c. è ulteriormente specificata dalla capacità del ricevente di applicare strategie culturali, sociali, interattive, pragmatiche, stilistiche e retoriche, strategie proposizionali, macrostrategie semantiche e metastrategie. Le strategie culturali sono modalità operative che un ricevente mette in azione a partire da informazioni su differenti luoghi geografici, strutture sociali, istituzioni, eventi, situazioni comunicative, linguaggi, tipi di discorso, atti di parola, condizioni di coerenza locale e globale, norme, modi di ordinare un'informazione, ecc. Le strategie sociali sono operazioni che agiscono su informazioni fornite dal contesto sociale di un gruppo, da istituzioni, da ruoli e

funzioni che devono assumere i comunicanti, dai possibili atti di parola che possono essere eseguiti in una situazione comunicativa, dalle differenze di stile relative ad una struttura sociale. Le strategie interattive sono tutte le operazioni cognitive di selezione o di predisposizione delle informazioni da comunicare o degli atti linguistici da eseguire a partire dagli scopi, intenzioni, desideri, preferenze, opinioni, ideologia e personalità di colui che parla o ascolta, ecc. Tutte queste informazioni che reciprocamente due o più comunicanti si scambiano, sono fonti interpretative dei loro messaggi, modificano la forma della comunicazione ed esigono particolari strategie per interpretarla. Le strategie pragmatiche sono un gruppo specifico di strategie interattive. Mentre le precedenti si riferiscono al livello generico e previo della situazione interattiva, le informazioni pragmatiche sono ristrette invece all'atto di parola espresso in una specifica situazione linguistica. Si definiscono strategie stilistiche e retoriche quelle operazioni cognitive che permettono di identificare e qualificare le informazioni comunicate dalla forma stilistica o retorica. La forma comunicativa di molti tipi di discorsi dipende infatti dallo scopo di persuadere, divertire, indurre un senso estetico, ecc. È per questo che vengono scelte figure retoriche (metafore, uso di contrasti, allitterazioni, ripetizioni, analogie, ecc.). Se un ascoltatore vuole comprendere il messaggio non può, quindi, esimersi dall'uso di strategie stilistiche e retoriche, che gli suggeriscono il significato reale delle parole o delle frasi a partire dalle costrizioni formali date dal testo. Le strategie proposizionali sono operazioni tese innanzitutto alla costruzione delle proposizioni. Le macrostrategie semantiche sono operazioni capaci di inferire da diversi atti linguistici o da una serie di proposizioni il significato globale codificato in esso. Le metastrategie sono operazioni che indicano orientamenti e regole da seguire ad un livello superiore delle varie strategie sopra elencate. Esse si incaricano della selezione delle strategie opportune per conseguire lo scopo e del controllo costante di come esse operano, decidono il ritmo da tenere nello svolgimento dei processi, valutano l'opportunità di introdurre nuovi processi a seconda della necessità e pianificano la sequenza delle operazioni da svolgere. Hanno lo scopo di stabilire l'argomento, la sostanza, la macroproposizione di un testo o di indicare, ad es. se un testo parla di qualche cosa di reale o di fantastico.

Bibliografia

Flood J. (Ed.), *Understanding reading comprehension: cognition, language, and the structure of prose*, Newark, International Reading Association, 1984; Singer H. - R. B. Ruddell (Edd.), *Theoretical models and processes of reading*, Ibid., 1985; Van Dijk T. A., *Handbook of discourse analysis*, voll. 1-5, London, Academic Press, 1985; Just M. A. - P. A. Carpenter, *The psychology of reading and language comprehension*, Boston, MA, Allyn & Bacon, 1987; Horowitz R. - S. J. Samuels (Edd.), *Comprehending oral and written language*, New York, Academic Press, 1987, 161-196; Van Dijk T. A., *News as discourse*, Hillsdale, Erlbaum, 1988; Ruddell R. B. - M. R. Ruddell - H. Singer (Edd.), *Theoretical models and processes of reading*, Newark, International Reading Association, 1994.

M. Comoglio