

Filosofia per le Scienze della Comunicazione

a.a. 2024/2025

Davide Fazio 2024

Informazioni Tecniche

Orari, Ricevimenti, Modalità d'esame, etc...

Lezioni

Lunedì 15.30-17.30 (Aula 9)

Martedì 8.30-10.30 (Aula 10A)

Mercoledì 15.30-17.30 (Aula 9)

Ricevimenti : Sia in presenza che online on demand (inviare una mail a dfazio2@unite.it)

Modalità d'esame: Esame orale sugli argomenti del corso.

Comunicazioni: eventuali variazioni saranno rese note via mail (raccogliere mail) e in piattaforma (se i numeri lo rendono necessario)

Sinossi del corso

- I modelli della Comunicazione
 - Modello del codice (C. Shannon, W. Weaver);
 - Sintassi;
 - Semantica;
 - Pragmatica.
 - Approcci al modello del codice;
 - Modello Inferenziale (P. Grice);
 - Modello della Rilevanza (D. Sperber, D. Wilson).
- Comunicazione e gestione dei conflitti
 - Cos'è un conflitto?
 - Analisi dei conflitti
 - Trasformazione e risoluzione dei conflitti attraverso la comunicazione

Che cosa significa comunicare?

Questioni preliminari

- “Comunicare” può essere inteso come un “mettere in comune” stati cognitivi. Creare interazioni attraverso le quali alcuni contenuti mentali di soggetti dotati di certe rappresentazioni di stati di cose (ma anche di desideri, intenzioni, etc...) divengono comuni ad altri soggetti con cui i primi interagiscono.
- Intenderemo principalmente la comunicazione tra esseri umani quali soggetti.
- Durante il corso **non** ci occuperemo di Etica della comunicazione, sebbene molti dei temi affrontati avranno ovvie ripercussioni di etico.

La comunicazione come argomento di indagine filosofica

- La comunicazione è divenuta un argomento di interesse per la filosofia relativamente presto.
- La filosofia nasce nel contesto della *pòleis* greca intorno al V sec. a.C.
 - Contesto caratterizzato da sistemi politici democratico-oligarchici
 - Il dibattito è uno strumento essenziale per l'amministrazione della *pòleis*.
 - Il dibattito e, in generale, la comunicazione sono strumenti per fare carriera politica.
- Sofisti (*sophòs*, saggio): interesse per la comunicazione strategica.
 - Comunicare per persuadere;
 - La comunicazione non ha valore intrinseco se non come strumento per raggiungere un obiettivo (interesse per la grammatica e la retorica).

La comunicazione come argomento di indagine filosofica

- Platone (*Fedro*): indagare la comunicazione per comprendere meglio le dinamiche dell'anima.
 - Esistono una **buona** e una **cattiva** retorica.
 - **Buona retorica:** mira a persuadere della verità;
 - **Cattiva retorica:** mira a far apparire opinioni come verità (Sofisti).
 - La persuasione agisce sull'anima (l'intelletto) dell'ascoltatore.
 - Per esercitare una buona persuasione è necessario comprendere il funzionamento dell'anima dell'ascoltatore.
 - Dal momento che l'anima funziona allo stesso modo in tutti gli uomini, per esercitare una buona retorica è necessario comprendere il funzionamento dell'anima.

La comunicazione negli esseri umani

- Gli esseri umani comunicano sin dalla nascita.
 - I neonati “comunicano” con la propria madre attraverso l’odore. Questo porta ad un reciproco riconoscimento (comunicazione chimica comune a larga parte del regno animale).
- I bambini cominciano a sperimentare forme di comunicazione più complesse già dai primi mesi di età: espressioni facciali e comportamenti (comunicazione non verbale) per rendere partecipe il *caregiver* delle proprie esigenze.
 - “Sincronizzazione affettiva” (“affective attunement”) l’adulto impara a riconoscere gli stati interni del neonato e a comportarsi di conseguenza; il neonato impara ad imitare l’adulto per renderlo partecipe dei propri stati interni.
- intorno al primo anno di età, i bambini imparano a “puntare” (cominciano a condividere esperienze ed emozioni).

La comunicazione negli esseri umani

- Dal primo anno di età i bambini puntano gli oggetti.
 - Mostrano una capacità di proto-concettualizzazione e di astrazione (**esempio:** puntare verso un luogo dove un certo oggetto dovrebbe trovarsi, puntare verso un luogo in cui il bambino suppone possa nascondersi un determinato oggetto)
- I bambini cominciano a mostrare rappresentazioni mentali complesse, **intenzionalità** (gli stati mentali sono rivolti a oggetti o ad altri stati mentali).
- Puntare non è solo un'azione imperativa ma anche dichiarativa (ha la funzione di **descrivere**)
- **Rivoluzione del nono mese:** i neonati divengono capaci di condividere con qualcuno l'attenzione su qualcosa (*triadic joint attention*). Si pongono le basi della condivisione di stati cognitivi.
- I bambini divengono consapevoli delle emozioni, dei desideri e dell'esistenza di pensieri altrui (emerge, in forma embrionale, il concetto di **prospettiva**)

La comunicazione negli esseri umani

- Gli esseri umani adulti comunicano per mezzo di sistemi di segni (uso del linguaggio verbale e non verbale), di **codici**.
- Possiamo affermare che la comunicazione è solo questione di impiego di codici? **No**
- Comunicare vuol dire anche “leggere la mente dell’altro”, comprendere il contesto di riferimento.

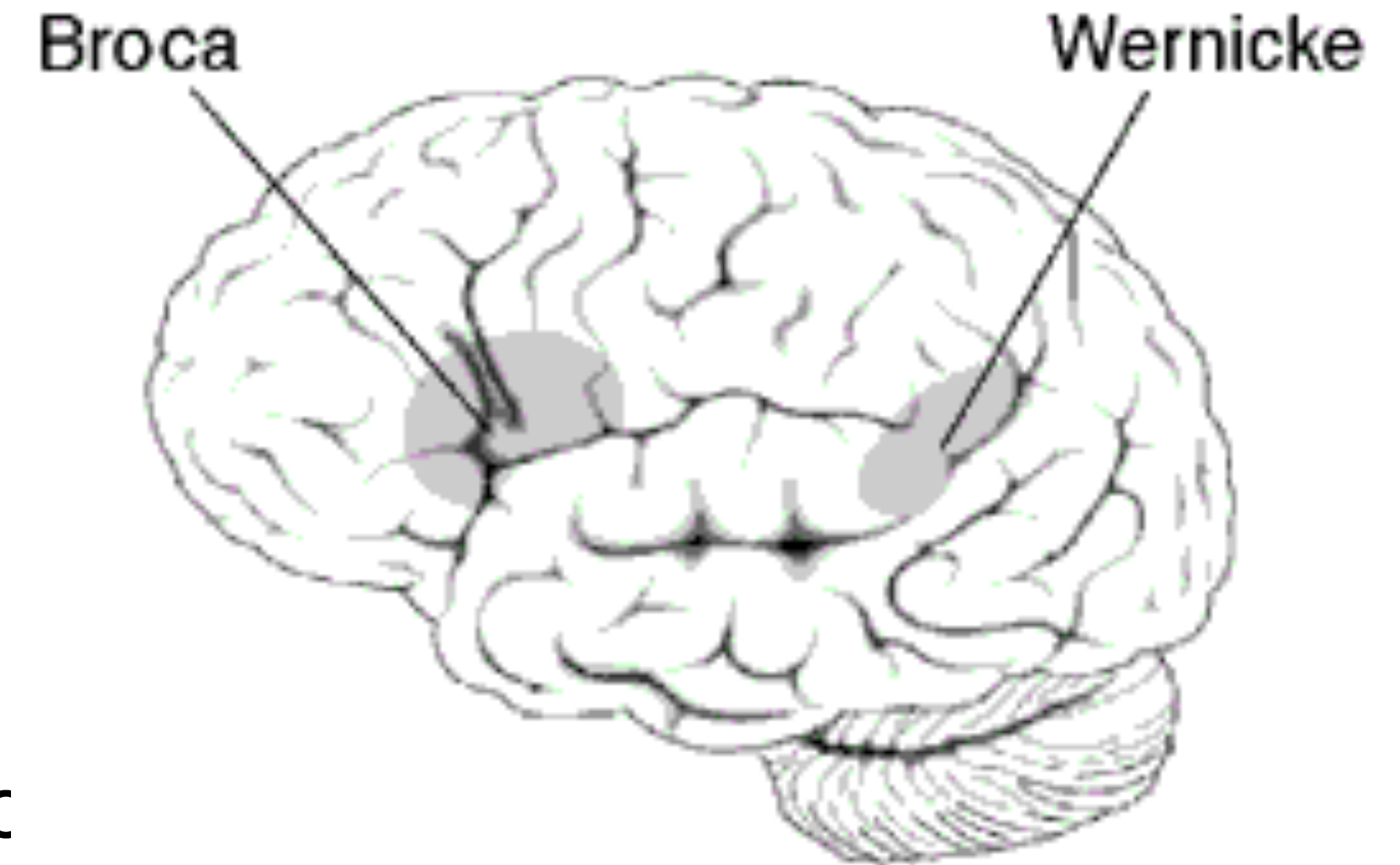
La comunicazione come impiego di codici

Il modello del Codice

- Comunicare significa codificare contenuti mentali attraverso un opportuno codice (linguaggio) e trasmetterlo ad un ricevente.
- Aristotele (*De Interpretatione*): Il **linguaggio** è costituito da **simboli** delle **affezioni dell'anima**.
 - Le affezioni dell'anima sono **causate da stati di cose esterni**.
 - Gli stati di cose esterni causano le medesime affezioni in **tutti** gli esseri umani.
 - Una volta adottato un codice comune, gli esseri umani possono comunicare senza fraintendimenti.
- J. Locke (*Essay concerning Human Understanding*):
 - gli esseri umani si formano idee elementari attraverso l'esperienza (questo bianco, questa sedia, etc..);
 - L'intelletto umano crea concetti generali per **astrazione** (il bianco, la sedia, etc..)
 - I concetti astratti possono essere comunicati attraverso il linguaggio

Il modello del codice e il suo potere esplicativo

- Evidenze neuroscientifiche
 - Area di Broca (1861): area del cervello deputata alla produzione del linguaggio.
 - Area di Wernicke (1874): area del cervello deputata alla comprensione del linguaggio.
- La produzione e processazione del linguaggio si focalizza in queste due aree. Potremmo dunque concludere che il nostro cervello si comporta come un encoder ed un decoder.
 - Le nostre rappresentazioni sono codificate dall'area di Broca che le trasforma in linguaggio
 - Il linguaggio è decodificato dall'area di Wernicke che lo trasforma in rappresentazioni mentali.



Il modello del codice

- La teoria è stata sviluppata in due contributi fondamentali pubblicati tra il 1948 e il 1949:
 - C. Shannon, “La teoria matematica delle comunicazioni”, 1948
 - W. Weaver , “Recenti contributi alla teoria matematica delle comunicazioni”, 1949
- Obiettivo: fornire una descrizione dei processi attraverso cui una sorgente (un essere umano, una macchina) può trasferire **un messaggio** (una frase, un melodia, un’immagine) ad un ricevente attraverso un medium.
- Rappresenta la fondazione matematica delle moderne tecnologie di trasmissione delle informazioni (dal telegrafo al modem)
- In ambito filosofico-comunicativo è stato recepito da alcuni come un modello della comunicazione tra gli esseri umani.

La comunicazione e le sue componenti

- Recenti contributi alla teoria matematica delle comunicazioni
- Definizione:
 - (1) La comunicazione è il processo attraverso cui un pensiero può influenzarne un altro.
 - (2) La comunicazione è il processo attraverso cui un “meccanismo” entra in contatto con un altro meccanismo.
- Quali problemi affrontare per chiarire il concetto di “comunicazione”?
 - [**Problema Tecnico**] Con quanta esattezza un messaggio può essere trasferito dalla sorgente al destinatario in modo tale che il messaggio originario non subisca “distorsioni”?
 - [**Problema Semantico**] Con quanta esattezza il messaggio veicola il significato inteso dalla sorgente al destinatario?
 - [**Problema dell’efficacia/pragmatico**] Con quanta esattezza il messaggio sortisce sul destinatario l’effetto inteso dalla sorgente?

La comunicazione e le sue componenti

- **[Problema tecnico]**
 - Un messaggio può consistere in una serie di simboli (linguaggio scritto), o di una funzione continua (lingua parlata), o di una funzione continua in due coordinate spaziali (immagini).
 - Per essere trasmesso, il messaggio dovrà essere codificato o come un segnale **discreto** (simboli nettamente divisi tra loro); oppure come una funzione continua (e.g. un'”onda”) oppure come una funzione continua in due coordinate spaziali (che caratterizzi e.g. il colore di pixel in uno schermo televisivo).

La comunicazione e le sue componenti

- **[Problema semantico]**
 - Riguarda il rapporto tra il significato attribuito al messaggio dal ricevente e di quello inteso dalla fonte.
 - Porta in campo il problema della **comprensione**: come può la sergente appurare con certezza di essere stata compresa dal ricevente? Il problema può essere ridotto attraverso spiegazioni in un linguaggio condiviso.
- **[Problema pragmatico]**

L'obiettivo della comunicazione è **sempre** suscitare un effetto nel ricevente (un comportamento o una rappresentazione mentale).

Come funziona un sistema di comunicazione?

Anatomia

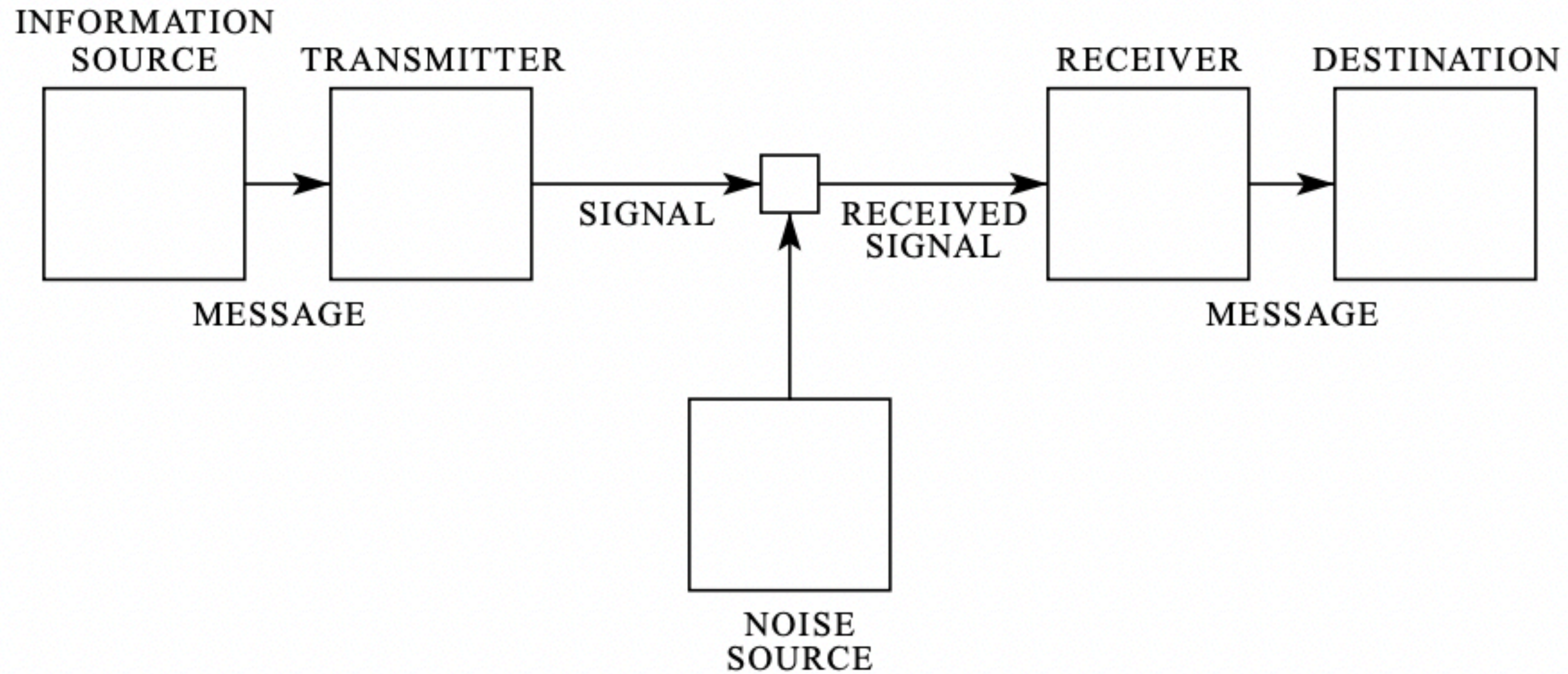


Fig. 1 — Schematic diagram of a general communication system.

Glossario

- [**Sorgente di informazione**] Sceglie un messaggio **tra una gamma di messaggi possibili** e lo invia al trasmettitore.
- [**Trasmettitore**] Riceve il messaggio dalla sorgente, lo codifica in un **segnale** e lo invia al ricevente tramite un canale.
- [**Canale**] il segnale passa attraverso un canale lungo il quale possono avvenire distorsioni del messaggio a causa di **disturbi (noise)**.
- [**Ricevitore**] Il ricevitore riceve il segnale e lo decodifica in un messaggio che arriva alla destinazione.
- [**Destinazione**] Riceve il messaggio ed eventualmente lo elabora.

Quali problemi bisognerebbe porsi nello studio di questo modello?

- È possibile misurare la quantità di informazione portata da un messaggio? È possibile misurare il grado di “informatività” di una sorgente? Ma soprattutto, **che cos'è l'informazione?**
- Come si misura la capacità di un canale?
- Esistono strategie ottimali di codifica di un messaggio (in grado di rendere il messaggio facilmente recuperabile)?
- In cosa consiste il disturbo e qual è il suo effetto sul segnale?

Informazione

- Il concetto di **informazione** indagato dalla teoria non va identificato con quello di **significato**. Per esempio, due enunciati con significati diversi possono essere identici dal punto di vista dell'informazione.
- **L'informazione è la misura della libertà di scelta di un messaggio tra un insieme di messaggi possibili. (Hartley)**
- Se ho un insieme di 2 messaggi, e devo sceglierne uno, la mia "libertà di scelta" misurerà 1.
- Supponiamo abbia un insieme di 16 messaggi ognuno dei quali può essere espresso utilizzando due soli simboli, diciamo **0** e **1**, quante possibili scelte di questi simboli dovrò fare per distinguere ognuno di questi messaggi in termini di sequenze di 0 e 1?

$$I = \log_2 16 = 4$$

Informazione

- In generale, l'informazione contenuta in un messaggio x_i (dove i è un nome per uno dei messaggi possibili), o **autoinformazione di x_i** , si calcola come

$$I_i = \log_b \frac{1}{p_i}$$

dove p_i è la **probabilità che il messaggio x_i venga selezionato** e b il numero di simboli di base utilizzati per comporre i messaggi. Solitamente, si assume $b = 2$.

- Una unità di informazione, cioè l'unica scelta tra due alternative distinte,

$$\text{(n.b. } \log_2 \frac{1}{(\frac{1}{2})} = \log_2 2 = 1)$$

si chiama **bit**.

Informazione

- In generale, quando una sorgente compone un messaggio, ha a disposizione un insieme di **simboli elementari** (ad esempio, le lettere) attraverso i quali si compongono stringhe (ad esempio, parole) che vanno a comporre insiemi di stringhe (ad esempio, frasi) che costituiscono il messaggio.
- Ogni simbolo, ogni parola, ogni frase ha una certa probabilità di essere scelta. **Osservazione:** la probabilità con cui scegliamo una lettera per comporre una parola dipende strettamente dalla probabilità con cui abbiamo scelto la lettera precedente. Lo stesso dicasi per le parole in una frase o per le frasi in un testo.
- un processo che produce un insieme di simboli ognuno con una certa probabilità è detto **processo stocastico**. Quando la probabilità di scelta di un simbolo dipende dalle scelte precedenti parliamo di **processo stocastico markoviano**

Produzione di informazioni

- La produzione di un messaggio può essere vista come un processo markoviano.
- [**Domanda**] Quanta informazione viene prodotta da un processo di produzione di un messaggio?
- La quantità di informazione prodotta da un processo di produzione di un messaggio si misura in termini di **entropia**. Questa tiene conto delle probabilità di arrivare a certi stati della produzione di un messaggio e delle probabilità che a questi stati ne seguano altri di un certo tipo.
- Perché l'entropia? In **termodinamica** ha la funzione di misurare il grado di "casualità" nell'evoluzione di un sistema fisico, quantifica quanto il sistema tenda ad evolversi in modo sempre meno organizzato.
- Perché è ragionevole pensare all'entropia all'interno di una teoria della comunicazione?

- **Esempio intuitivo:** Supponiamo la sorgente produca messaggi aggiungendo parole la cui probabilità è indipendente da quella delle altre. Consideriamo il messaggio A= “La mela è rossa” e il messaggio B = “La”. Quale dei due è più informativo?
- A consta di 4 parole;
B consta di 1 parola.
- Supponiamo la lingua italiana consti di 100 parole. Qual è la probabilità che il processo di produzione del messaggio mi dia proprio B?

$$P_B = \frac{1}{100} = 0,01 .$$

- Qual è la probabilità che il processo mi dia proprio A? In generale, avrò 100^4 possibili frasi di 4 parole. Quindi la probabilità di avere proprio A è, in assenza di altre informazioni:

$$P_A = \frac{1}{100^4} = 1 \times 10^{-8}$$

- **Maggiore informatività coincide con maggiore casualità. Quanto più un processo è stabile, organizzato, “scontato”, tanto meno è informativo.**

Produzione di informazioni

- La produzione di un messaggio non sempre veicola esattamente la quantità di informazione che il mittente intende trasmettere. A volte ne produce di più. Questa informazione aggiuntiva è detta **ridondanza**.
- **Esempio:** A = “Arriva treno”, B=“Arriva **un** treno”. B è più corretta da un punto di vista grammaticale ma A è **sufficiente** per convogliare l’informazione desiderata. (**NB: stiamo esemplificando un concetto, non identifichiamo informazione e significato!**)
- Il rapporto tra l’entropia effettiva di un processo di produzione di un messaggio e l’**entropia massima** che tale processo può assumere è detta **entropia relativa**. Sottraendo a 1 l’entropia relativa di un processo, abbiamo la ridondanza.

Produzione di informazioni

- **Esempio:** Se il rapporto tra l'entropia relativa H_r di un processo di formazione di un messaggio è 0,5, allora la ridondanza del messaggio prodotto sarà di 0,5. **La ridondanza misura quanto della produzione del messaggio non dipende dalle “esigenze informative” della fonte.**
- **Casi limite:** Se $H_r = 1$, questo significa che il processo è massimamente informativo, quindi tutto ciò che produce è essenziale (non ridondante). Se $H_r = 0$, allora l'entropia effettiva è nulla, quindi il processo **non** è informativo e tutto ciò che produce è, quindi, ridondante.

Precisazione doverosa

- Per come lo abbiamo definito, il concetto di entropia/quantità di informazione di un processo **non si applica a singoli messaggi** ma a una procedura di produzione di uno messaggio arbitrario tra **tutti** messaggi che quella fonte può produrre.
- **Come si calcola l'entropia** di un processo di produzione di un messaggio?
- **[Esempio semplificato]** Se una sorgente può produrre attraverso un processo in totale n messaggi $\{x_1, x_2, \dots, x_i, \dots, x_n\}$ **indipendenti tra loro**, la sua entropia H sarà:

$$H = \sum_{i=1}^n p_i I_i = \sum_{i=1}^n p_i \log_2 \frac{1}{p_i}$$

Di cosa tiene conto l'entropia di una sorgente?

- **L'entropia di un processo tiene conto della “libertà” con cui quel processo produce un messaggio.** Quanto più il processo è libero, tanto più produrrà informazione (tanto meno un processo è libero, tanto meno questo produrrà informazione).
- **[Esercizio facile]** Supponiamo di avere le sorgenti/processi A,B che producono in totale 3 messaggi x_1, x_2, x_3 indipendenti tra di loro. Supponiamo che le probabilità associate ad A siano $p_1 = \frac{1}{2} = p_2$, e $p_3 = 0$, mentre quelle associate a B siano $p_1 = p_2 = \frac{1}{3} = p_3$. Quale tra A e B è più informativa?

Codifica e trasmissione di un messaggio

- Nel modello di un sistema di comunicazione visto in precedenza si vede che un messaggio “viaggia” da un mittente ad un ricevente attraverso un canale.
 - Come misuro la capacità di un canale di trasmettere un messaggio? Se ciò che conta del messaggio è l'**informazione** allora dovò fare una valutazione in termini di informazione.
- [**Caso semplice**] Supponiamo che la sorgente possa comunicare simboli tali che ognuno di essi “porta con sé” s bit di informazione (questo significa che l'autoinformazione di ogni simbolo è s e quindi avrò in totale 2^s messaggi inviabili. Se tutti i messaggi hanno la stessa durata e il canale mi permetterà di inviare n messaggi al secondo, avrò che la capacità del canale è di $n \times s$ bit al secondo.

Il trasmettitore

- Il trasmettitore e il ricevitore hanno una funzione essenziale nella trasmissione e ricezione di un messaggio: il primo trasforma il messaggio in un codice trasmissibile attraverso il canale, il secondo decodifica il codice e lo trasforma in un messaggio.
- **Come deve essere fatto un trasmettitore ottimale?** Un trasmettitore ottimale trasforma il messaggio in un segnale che preserva l'entropia del messaggio il più possibile (nei limiti della capacità e dell'adeguatezza del canale).

Il disturbo (noise)

- Il disturbo di un segnale può essere dovuto a vari motivi. Si pensi al fruscio durante una comunicazione telefonica, oppure al rumore durante una conversazione, oppure ad un errore occorso nella trasformazione dell'impulso di una tastiera nell'immagine di una parola su un monitor.
- In generale, **il disturbo trasforma il messaggio rendendolo ancora più informativo** (sic!) cioè casuale.
- Tuttavia, **l'informazione aggiunta dal rumore al messaggio codificato è tutt'altro che desiderabile (è una "falsa" informazione).**

Il disturbo (noise)

- Il grado di “disturbo” di un segnale si misura in termini di **equivocazione** o **entropia del messaggio relativa al segnale**. Il suo significato è il seguente:
 - L'insieme dei messaggi possibili che la fonte può inviare e quello che il decoder può ricevere (i segnali) formano due insiemi di simboli.
 - Ogni simbolo del segnale induce una distribuzione di probabilità sui messaggi della fonte. Questo ci permette di calcolare l'entropia della fonte relativa al segnale ricevuto.
 - Facendo lo stesso per ogni possibile segnale ricevibile e sommando i risultati (pesati in base alla probabilità del segnale corrispondente), si ottiene **l'equivocazione che è una stima dell'incertezza media del messaggio se il segnale è noto (più alta è l'equivocazione, maggiore è il rumore!)**

Perché il modello del codice dovrebbe essere utile a spiegare la comunicazione umana?

- Nel suo saggio, W. Weaver sostiene che la soluzione al problema
 - A)** Con quanta esattezza possono essere trasmessi i simboli di un messaggio da una fonte ad un ricevente?

permette di risolvere il problema
 - B)** Con quanta esattezza un messaggio riesce a veicolare il significato che la fonte intende esprimere?
 - C)** Con quanta esattezza il messaggio riesce a sortire l'effetto sul ricevente inteso dalla fonte?

Perché il modello del codice dovrebbe essere utile a spiegare la comunicazione umana?

- Le motivazioni di Weaver:
 - a) Il modello di comunicazione offerto dalla teoria di Shannon è molto generale e non fa assunzioni sulla natura dei simboli e dei messaggi coinvolti. Quindi: permette di tener conto di tutti i tipi di messaggi coinvolti nella comunicazione umana.**
 - b) La teoria della comunicazione sviluppata potrebbe essere utile alla progettazione di sistemi intelligenti (se il sistema prototipato è intelligente, evidentemente la teoria coglie aspetti dell'intelligenza).**

Perché il modello del codice dovrebbe essere utile a spiegare la comunicazione umana?

- **c) Per tener conto degli aspetti semantici, basta arricchire il modello con ulteriori componenti** come sistemi di codifica/decodifica semantica (avremo, ad esempio, anche un “rumore semantico”).
- d) Una teoria della comunicazione umana non può prescindere dal concetto di informazione.**
- e) L'utilizzo dei processi di Markov è utile a spiegare la componente contestuale della comunicazione umana** (l'effetto del contesto sulla comunicazione).

È convincente?

I codici e il loro significato

- **[Definizione] Un codice è un insieme di regole che permettono di associare gli elementi di un messaggio ad un segnale.**
- Per comprendere la natura dei codici e il loro impiego per giustificare il modello del codice è opportuno fare una digressione in ambito **semiotico**.
- Considereremo due autori in particolare C. S. Peirce e F. De Saussure.
- In particolare, per De Saussure la semiotica è lo studio del ruolo dei segni nella vita sociale e nella psicologia sociale. I segni sono uno strumento attraverso cui le persone si influenzano a vicenda.
- Per Peirce la semiotica è una scienza del ragionamento dal momento che gli esseri umani pensano attraverso segni. ci permette di spiegare perché abbiamo certe rappresentazioni mentali e come si combinano tra loro.

Il modello Peirceano

- La teoria di Peirce mira a fornire un modello della cognizione umana.
 - Un **segno** (*representamen*) è ciò che sta per qualcosa per qualcuno;
 - Un segno crea una **rappresentazione mentale** in cui lo esperisce. Una rappresentazione mentale è a sua volta un segno (*interpretant*).
 - Il *representament* sta per qualcosa, il suo **oggetto**, sulla base di una idea che possiamo chiamare **base** (*ground*).
- Ogni cosa può essere, in principio, un *representamen*.
- L'interpretant ha la funzione di mediare tra oggetto e representamen.
- Oggetto, representament e interpretant sono legati da una relazione (essenzialmente, non riducibile a relazioni binarie) **triadica** detta **semiosi**.
- La semiosi è infinita dal momento che l'interpretant è a sua volta un segno che richiede a sua volta un altro interpretant e così via all'infinito. **Questo permette di spiegare l'esistenza di rappresentazioni mentali di ordine superiore.**

Il modello Peirceano

- Peirce distingue varie categorie di segni sulla base della loro natura e il loro rapporto con l'oggetto i cui sono segni. Tre categorie fondamentali sono:
 - **icone**, i.e. segni legati al loro oggetto attraverso un **legame qualitativo**.
 - ***indici***, i.e. segni legati al loro oggetto attraverso un **legame fattuale** (e.g. causale)
 - **simboli**, i.e. segni legati al loro oggetto attraverso un **legame qualitativo**.

Il modello di Saussure

- Per Saussure il segno consta di due componenti inscindibili: il **significante** (immagine acustica, parola, etc...) e il **significato**.
- L'associazione tra significante e significato è completamente arbitraria ma diviene "rigida" e stabilita una volta codificata nella *langue*.
- Il segno è completamente immateriale: il significato è una rappresentazione mentale ma il significante non è l'oggetto concreto (il suono, l'immagine) ma la sua rappresentazione mentale prodotta dalla *parole*.
- **[Definizione]**
 - *Langue*: sistema "codificato" di segni.
 - *Parole*: uso della *langue* in specifiche occorrenze.
- La parole è ciò che entra in campo in ambito comunicativo.

Il circuito della parole

- Il circuito della parole siega l'interazione tra due interlocutori. Il primo ha una rappresentazione mentale.
- Per trasmetterla al suo interlocutore la codifica in un suono tramite **fonazione**.
- La fonazione produce un segno nella mente dell'interlocutore.
- I ruoli si invertono.
- Affinché il circuito funzioni è necessario condividere lo stesso sistema di segni. Da qui il primato della langue sulla parole.

Sistemi di segni

- Un sistema di segni vede ogni segno in relazione con altri segni (gatto -> animale). Ogni segno ha un **ruolo** all'interno della rete di segni in cui è collocato. Questo si chiama **valore**.
- i segni hanno un valore contestuale (assumono un senso solo all'interno di una rete di segni)
- Esistono due tipi fondamentali di relazioni tra segni: **sintagmatiche** e **associative**. Le relazioni sintagmatiche dipendono dalla posizione di un segno rispetto ad un altro (e.g. nella frase in cui occorrono) nell'**asse sintagmatico**.
- Le relazioni associative sussistono tra segni che possono essere rimpiazzati tra di loro nella stessa posizione, i.e. giacciono sullo stesso **asse paradigmatico**.

La semiotica di Charles Morris

- **[Definizione]** S è un segno di D per un agente I, se I prende in considerazione D in virtù della presenza di S.
- I è detto **interpretante**, D è detto **designata**, S è detto **veicolo di segno**.
- Questi tre concetti sono parte della nozione di **semiosi**. La teoria sembra sostanzialmente in accordo con il modello Peirceano. Tuttavia, Morris nega la relazione tra I, D, S sia essenzialmente triadica, ovvero non possa considerarsi, ad esempio, la relazione tra D ed S a prescindere da I.
- Le relazioni fondamentali tra i concetti di cui sopra sono dette dimensioni della semiosi. Queste sono *sintassi* (studio della relazione di S con S), *semantica* (studio delle relazione di S con D), *pragmatica* (studio della relazione di S con I).

Sintassi, semantica e pragmatica

- Se Saussure ha ragione, per comunicare è sufficiente conoscere le regole che governano i segni, cioè la langue.
- Secondo Charles Morris, la teoria dei (sistemi di) segni è suddivisibile in tre sottoteorie:
 - **Sintassi**: lo studio della relazione **tra** segni;
 - **Semantica**: lo studio della relazione tra segni e ciò per cui stanno;
 - **Pragmatica**: lo studio della relazione tra segni e i loro interpreti.

Sintassi

- **[Definizione] La sintassi è lo studio delle regole che sottendono la formazione di espressioni linguistiche “ben formate”.**
- La conoscenza e la capacità di mettere in pratica queste regole si chiama **competenza linguistica**.
- Le regole che determinano la formazione e.g. delle frasi sono descrittive o normative?
- **Teoria di N. Chomsky:** almeno una loro parte è innata <- argomento della “povertà dello stimolo”
 - I bambini imparano alcune regole linguistiche prima che vengano loro insegnate;
 - Non possono averle apprese induttivamente perché i casi che possono valutare sono molto limitati;
 - Le regole devono essere innate e perciò comuni ad ogni linguaggio.

Sintassi

- Se è vero che esiste un bagaglio di regole linguistiche innate e comuni ad ogni linguaggio, allora esiste, almeno di principio, una *Grammatica Universale*.
- L'obiettivo della sintassi è fornire le regole di tale grammatica.
- Come?
 - Raggruppiamo le espressioni in categorie in base al fatto possano occupare lo stesso posto (per relazioni di associazione -> Saussure)
 - Distinguiamo **categorie lessicali** composte da una sola parola e categorie **sintagmatiche** composte da più parole ma che si comportano come una unità.
- La sintassi fornisce le regole attraverso cui formare frasi ben formate.
- Chomsky concepisce tali regole come regole di riscrittura.

Syntactic rules:

- (a) $S \rightarrow NP VP$
- (b) $NP \rightarrow N_p$
- (c) $NP \rightarrow Det N_c$
- (d) $VP \rightarrow V_i$
- (e) $VP \rightarrow V_t NP$

Lexical insertion rules:

- (f) $N_p \rightarrow \{Joan, Mary, Bob, \dots\}$
- (g) $N_c \rightarrow \{woman, book, ballad, \dots\}$
- (h) $Det \rightarrow \{the, a, every, some, many, \dots\}$
- (i) $V_i \rightarrow \{run, talk, spin, \dots\}$
- (j) $V_t \rightarrow \{love, look, sing, \dots\}$

La teoria X-bar

- **Regole sintattiche:** permettono di decomporre una frase nelle sue costituenti per metterne in luce la struttura.
- **Regole di inserimento lessicali:** permettono di attribuire un termine (nome, verbo) alle componenti.
- Ogni sintagma (NP: **sintagma nominale** o VP: **sintagma verbale**, nella figura) ruota intorno ad un elemento centrale, detto **testa** che definisce la sua categoria.
- Le regole definiscono la struttura sintagmatica della frase.
- In base a come le regole permettono di decomporle, la struttura sintagmatica delle frasi può essere chiarita attraverso un **albero sintattico**.

La teoria X-bar

- [Esempio] Martina corre nel vento. Qual è il sintagma nominale, quale il sintagma verbale?
- All'interno di un sintagma verbale occorre sempre una testa e può occorrere un **complemento**. Nel sintagma verbale “corre nel vento”, “corre” è la testa, “nel vento” il complemento.
- All'interno di un sintagma verbale possono occorrere anche altre componenti con funzioni opzionali: gli **specificatori** e gli **aggiunti**.
- Gli specificatori qualificano o specificano la natura dell'azione espressa dal verbo mentre gli aggiunti forniscono informazioni aggiuntive.

La teoria X-Bar

- Come si specifica la struttura di un sintagma verbale in base alle categorizzazioni finora introdotte?
- Nelle seguenti regole di specificazione gli apici (o barre) indicano il livello di costruzione del sintagma. (`` -> secondo livello, ' -> primo livello, no-apice -> livello più basso)

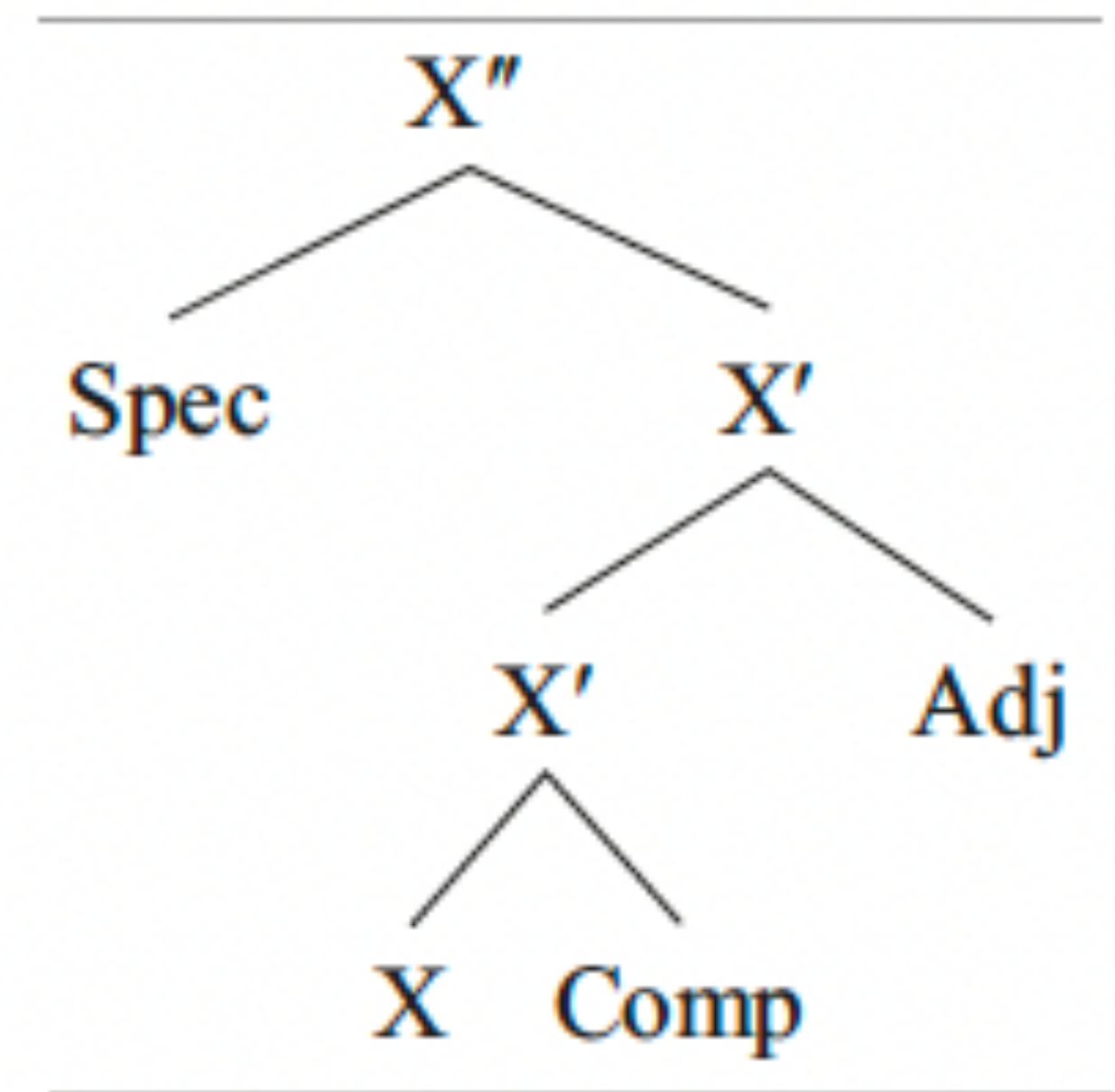
(A) $V'' \rightarrow \text{Spec } V'$

(B) $V' \rightarrow V \text{ Comp}$

(C) $V' \rightarrow V \text{ Adj}$

La teoria X-bar

- Cosa dire dei sintagmi nominali?
- Anche loro possono essere analizzati come i sintagmi verbali!
- In generale la teoria X-bar fornisce uno schema di formazione molto generale per la costruzione dei sintagmi.
- Come posso applicare lo schema ad una intera frase? Per farlo dovrei riconoscere la testa di una frase -> **Tempo**



Semantica

- La semantica studia le relazioni tra segni e gli oggetti che rappresentano.
- L. Wittgenstein (*Tractatus Logico-Philosophicus*): il significato di un enunciato è determinato dalle condizioni sotto le quali è vero.
- Ogni enunciato rappresenta stati di cose, fatti.
- Comprendo un enunciato quando riesco a rappresentarmi la situazione che lo rende vero.
- A. Tarski: ogniqualvolta parliamo del significato di un enunciato lo esprimiamo nel linguaggio
- **[Esempio]** “La neve è bianca” è vero se e soltanto se la neve è bianca.

Semantica Tarskiana

- Per distinguere gli enunciati dalle condizioni che li rendono vere (quindi tra enunciato e significato) bisogna utilizzare un **linguaggio oggetto** ed un **metalinguaggio**.
- Nell'esempio precedente “La neve è bianca” è formulato nel linguaggio oggetto (l'italiano) mentre la specificazione della sua verità è determinata da un metalinguaggio che in questo caso è ancora l'italiano.
- **[Esempio]** “La neve è bianca” *is true if and only if snow is white.*
 - Italiano: linguaggio oggetto.
 - Inglese: metalinguaggio.
- La teoria tarskiana è molto utile nello specificare la semantica dei linguaggi dichiarativi (formali).

Pragmatica

- La pragmatica spiega il rapporto tra il segno e chi lo usa. Si occupa di specificare in che modo chi comunica usa il linguaggio.
- **Assunzione di fondo:** nella comunicazione concreta il linguaggio è utilizzato non solo per descrivere stati di cose ma per fare domande, esprimere imperativi etc... -> **atti linguistici**
- J. Austin:
 - individuare le condizioni sociali che determinano le azioni provocate dall'asserire enunciati
 - individuare gli effetti delle azioni provocate dall'asserzione di enunciati
 - individuare le proprietà linguistiche di tali enunciati

Descrivere stati di cose e realizzarli

- Talvolta, gli enunciati non descrivono stati di cose ma li realizzano.
[Esempio] “Vi dichiaro marito e moglie” -> **atto performativo**
- **Atto performativo:** asserzione che **non** descrive un certo stato delle cose, bensì permette al parlante di compiere una vera e propria azione.
- Non tutti gli atti performativi producono azioni. (**esempio:** se dicessi a due passanti “vi dichiaro marito e moglie” non sortirei alcun effetto)
- Non tutte le azioni sono indotte da atti performativi (**esempio:** in alcune circostanze posso indurre qualcuno a non uscire da una stanza chiedendo “Dove vai?”)
- In alcuni casi gli atti performativi non hanno sufficiente **forza pragmatica**. Ovvero, non soddisfano condizioni di **felicità** (l’uso è infelice) -> **felicity**.

La teoria di Austin

- Quando diciamo qualcosa compiamo 3 tipi di atti:
- **Atto locutorio:** l'atto di dire qualcosa. Questo si articola in
 - **Atto fonetico:** emettere un suono
 - **Atto fatico** (o enunciazione): formulare una frase ben formata;
 - **Atto retico** (o di significazione): formulare una frase dotata di significato.
- **Atto illocutorio:** l'atto specifico che si compie con una affermazione (chiedere, affermare, comandare, etc...)
- **Atto perlocutorio:** l'atto specifico che si compie sull'uditorio (spaventare, compiacere, informare, etc...)

Atti illocutori (secondo J. Searle)

- Searl studia le condizioni di felicità di atti linguistici sulla base della loro componente illocutoria. Distingue 4 tipi di condizioni:
- Condizioni dipendenti dal **contenuto proposizionale**:
- Condizioni **preparatorie**: riguardano ciò che il parlante e l'ascoltatore **sanno**.
- Condizioni **di sincerità**: riguardano la sincerità del parlante (il fatto che il parlante stia veicolando esattamente il contenuto veicolato dal messaggio **per** l'ascoltatore)
- Condizioni **essenziali**: assicurano che l'atto linguistico venga interpretato come avente la funzione che il parlante gli attribuisce.

Tipi di atti illocutori

- Gli atti illocutori si dividono in:
 - *assertivi*: il parlante intende affermare la sussistenza di uno stato di cose
[Esempio] “Il cielo è azzurro”
 - *direttivi*: il parlante comunica affinché l’ascoltatore faccia qualcosa
[Esempio] “Apri la porta!”
 - *commissivi*: il parlante si impegna a fare qualcosa in futuro
[Esempio] “Ti chiamo domani”
 - *espressivi*: esprimono uno stato psicologico;
[Esempio] “Oggi non ce la posso fare”
 - *dichiarativi*: creano gli stati di cose dichiarati dalla proposizione
[Esempio] “Vi dichiaro marito e moglie”

Regole pragmatiche (esempio)

Regole per l'asserzione efficace

- Atti illocutori assertivi (A= parlante, B=ascoltatore)

Contenuto proposizionale: una proposizione P

Condizione preparatoria: A sa che P e non è chiaro se B sappia che P.

Condizione di sincerità: A crede che P sia vera

Condizione essenziale: l'affermazione rappresenta un impegno a descrivere uno stato di cose.

Sulla separazione tra pragmatica e semantica (La prospettiva di Szabó)

- Secondo C. Morris, la semantica si occupa delle relazioni tra segno e il suo designatum. La pragmatica si occupa degli effetti che un segno ha su un ascoltatore poiché rimanda a quel significato.
- La semantica di Morris esclude ciò che non ha un esplicito designatum. Si pensi alla parola “Fortunatamente” oppure “Altolà!”.
- Gli indicali, non avendo un significato non-contestualizzato, cadono fuori dal dominio della semantica.
- Tutto ciò che non riguarda il significato né la struttura dei segni deve essere appannaggio della pragmatica.
- la pragmatica, lungi dall’essere un’analisi linguistica, ha più a che fare con i fenomeni sociali, psicologici.
- Morris considera semantica e pragmatica come domini distinti e indipendenti. Tuttavia, il fatto si usino certe espressioni piuttosto che altre, e che alcune espressioni abbiano un significato piuttosto che un altro non può prescindere dal loro significato... **C’è un’asimmetria tra semantica e pragmatica. La prima può agire da sola, la seconda no.**

La pragmatica come teoria della comunicazione in un contesto

(Szabó su R. Montague)

- Secondo Montague, la pragmatica studia la relazione tra segni, ciò a cui si riferiscono, e i contesti in cui vengono utilizzati.
- **La pragmatica ha la funzione di delineare come il discorso assuma un significato quando pronunciato all'interno di un contesto specifico** (è una sorta di semantica "concreta") -> permette di rendere ragione degli indicali.
- Tuttavia, chiarire come specificare gli indicali non è sufficiente né può stabilirsi in modo univoco come caratterizzare gli indicali.
- Limitare la pragmatica a chiarire il significato contestuale degli indicali è rischioso dal momento che non riesce a fornire un *account* di ciò che viene detto con un'accezione intesa non-letterale.
- **[Esempio]** Il cameriere al barman "Il gin tonic sta dando di matto"

**Ma quindi, di cosa dovrebbe tener
conto la pragmatica?
(Lo vedremo quando capiremo
qualcosa in più sulle teorie pragmatiche
della comunicazione)**

Quali sono i limiti del modello del codice?

I problemi del modello del codice

- Perché abbiamo parlato di semantica, sintassi e pragmatica? Sono gli strumenti imprescindibili per fornire una spiegazione dei fenomeni coinvolti nel modello del codice. Il nostro obiettivo è vedere fino a che punto, considerando gli strumenti più potenti di cui si può disporre per “potenziarlo”, il modello del codice riesce a spiegare i fenomeni comunicativi.
- Argomento contro il modello del codice.
 - A) Se il modello del codice è valido, allora, per intrattenere comunicazioni, è necessario e sufficiente che i parlanti conoscano le regole della sintassi, semantica e pragmatica.
 - B) Per intrattenere comunicazioni, è possibile che un parlante non conosca le regole di una delle tre ed è anche possibile che un parlante che conosca le regole semantiche, sintattiche e pragmatiche non riesca a comunicare. **Quindi:**
 - C) **Il modello del codice non è adeguato alla spiegazione di tutti i fenomeni comunicativi e pertanto non è un buon modello.**

Informazioni contestuali

- Vediamo come il modello del codice non riesca a dar conto dei fenomeni di contestualità.

SATURAZIONE

- Supponiamo Alice dica a Bob **A:=“Ora sei qui”**. Cosa intende dire?
- Applicando sintassi, semantica e pragmatica riusciremmo a cogliere il significato di A?
- Bob ha bisogno di informazioni contestuali non solo per trovare i referenti degli *indicali* “ora” e “qui” ma anche per capire l’intero significato di A (e.g. che Alice con A intende dire “Ora sei al sicuro”/“Ora sei con me”).
- Il processo di attribuzione di un significato agli indicali è detto di **saturazione**. la saturazione ha anche la funzione di permettere l’interpretazione dei **pronomi anaforici**.
- **[Esempio]** “Ti presento Luisa. Lei è la nuova responsabile dell’azienda”.

Informazioni contestuali

- **AMBIGUITÀ**

- **[Esempio]** “Alice ha corso troppo”. Cosa significa “ha corso”? Se non abbiamo informazioni contestuali non possiamo dirlo.
- **[Esempio]** “Michele ha visto un uomo con il binocolo” Come disambiguarlo?

- **ARRICCHIMENTO LIBERO**

- **[Esempio]** “Matteo è magro”. Cosa significa essere magro? Per comprendere questa frase dovremmo prefigurarci le condizioni che la rendono vera. Ma questo non è possibile senza **arricchire liberamente** il concetto di “essere magro”.
- Fenomeni di arricchimento libero si verificano anche quando rispondiamo a domande estremamente comuni: si pensi a “Qual è la forma della tua stanza?”, “qual è il colore dei tuoi occhi?”.

Atti linguistici indiretti

- Per quanto abbiamo visto, possiamo pensare di arricchire il modello del codice con le informazioni contestuali.
- Serve comunque competenza pragmatica. Ovvero, serve capacità di interpretare la **forza illocutiva** degli enunciati. In molti casi, gli enunciati contengono **indicatori di forza illocutiva** (**esempio**: ti ordino di fermarti!).
- Spesso si utilizzano enunciati contenenti indicatori di forza illocutiva che non corrispondono a ciò che si intende dire (**esempio**: ti ordino di andare al mare!)
- [**Esempio**] “Riesci a prendere il sale?” Questo enunciato ha una forza illocutiva esplicita ma ne ha un'altra effettiva. Atti linguistici che esprimono una forza illocutiva per mezzo di un'altra sono detti **atti linguistici indiretti**.
- Quali regole permettono di interpretare gli atti linguistici?
- Soluzione di Searle: Ogni atto linguistico ha due livelli di forza illocutiva. Quello **esplicito è secondario**, quello **implicito è primario** e viene inferito da chi ascolta.
- **Il modello del codice non tiene conto di questo tipo di inferenze.**

Inferenze

- **[Esempio]** A: Mi passi la valigia? B: Perché non te la prendi da solo?
- Per comprendere alcuni enunciati dobbiamo il più delle volte ricavare il loro significato pragmaticamente mediante inferenza.
- **[Esempio]** Se B avesse intenzione di passarmi la valigia, allora non mi chiederebbe il perché non la prenda da solo. Mi ha chiesto il perché non la prenda da solo, quindi non ha intenzione di passarmi la valigia.
- Ma cos'è un'inferenza?

Inferenze deduttive

Cos'è una conseguenza (logica) deduttiva?

- Una relazione di conseguenza **deduttiva** \Vdash in un linguaggio L (o semplicemente **conseguenza logica su L**) è una collezione di inferenze in L con la seguente proprietà:
- (Riflessività) Se X è un insieme di enunciati e $A \in X$, allora $X \vdash A \in \Vdash$
- (Transitività) Se $X \vdash A \in \Vdash$, per ogni $A \in Y$, e $Y \vdash B \in \Vdash$, allora $X \vdash B \in \Vdash$
- (**Monotonia**) Se $X \vdash A \in \Vdash$ e $X \subseteq Y$, allora $Y \vdash A \in \Vdash$.

Precisazioni

- Una conseguenza deduttiva \perp su un linguaggio L specifica un possibile modo di “ragionare” all’interno di L (**cosa posso concludere a partire da cosa**).
- O anche: una conseguenza deduttiva specifica che informazioni posso estrarre da certi insiemi di informazioni.
- Quanti “possibili modi di ragionare” (a.k.a. **conseguenze deduttive**) in un dato linguaggio ci sono? **Infiniti (tanti quanti sono i numeri reali...)**.
- **[Ricorda] Dedurre significa sempre estrarre informazioni. La deduzione estrae informazioni, non ne aggiunge di nuove.**

Induzione

- I ragionamenti che comunemente utilizziamo per ottenere informazioni non estraibili da ciò che creiamo hanno un'altra natura.
- **Ragionamenti induttivi**
- **[Esempio]** ``Dal momento che l'85% del **campione della popolazione** scelto presenta la proprietà A, possiamo concludere, **con una certa probabilità**, che **la maggior parte della popolazione** ha la proprietà A.
- Caratteristiche:
 - I ragionamenti induttivi sono (e devono!) essere **probabilistici**.
 - I ragionamenti induttivi **non sono mai conclusivi** (non vale la monotonia)

Abduzione

- Inference to the best explanation. Mentre nel ragionamento deduttivo estraiamo informazioni da un set di premesse, nel ragionamento abduttivo cerchiamo una serie di premesse che supportino la conclusione.
- **[Esempio]** “Ho tre sacchi di fagioli. Il sacco A contiene fagioli bianchi, il sacco B fagioli neri, il sacco C fagioli rossi. questi fagioli sono rossi, Quindi, questi fagioli sono stati presi dal sacco C.
- In un ragionamento abduttivo passo dalla conclusione alle premesse. Uso un ragionamento per motivare qualcosa che considero vera (ha a che fare con la nozione di **spiegazione**).

Tornando al modello del codice

- Per comprendersi, due parlanti devono avere delle conoscenze comuni. Ci sono due modi principali di avere conoscenze comuni.
- [**Conoscenza condivisa - Shared knowledge**] Ciò che tutti sanno.
- È sufficiente per comunicare?
- [**Esempio**] Bob vorrebbe andare al cinema con Alice. Si mettono d'accordo per andarci. Successivamente, Alice lascia sul tavolo due biglietti uno dei quali riporta il nominativo "Carl". Bob lo nota. Più tardi, a cena, esclama: "Quindi hai deciso di andare al concerto senza di me?". Quali sono i presupposti della comunicazione e della comprensione?
- [**Conoscenza comune (common knowledge)**] Due individui A e B hanno conoscenza **comune** circa un fatto F se e soltanto se
 - A e B sanno che F;
 - A e B sanno che A e B sanno che F;
 - A e B sanno che A e B sanno che A e B sanno che F;
 -
 -

Common knowledge

- Il modello del codice non può prescindere dal concetto di **common knowledge**.
- Se A comunica F a B, A sa che entrambi conoscono i presupposti per comprendere F. A sa che B sa che A conosce i presupposti per asserire F. Per comprendere F, B sa che A sa quali sono i presupposti per essere F e così via...
- **[Problema] La common knowledge richiede conoscenza e la conoscenza è credenza vera giustificata.** Se, al fine di comunicare, dovessimo preoccuparci di appurare il fatto tra di noi ci sia common knowledge non comunicherebbero affatto -> i costi cognitivi sarebbero elevatissimi (infiniti).
- Eppure comunichiamo...

Il modello inferenziale di P. Grice

Premessa

- Il modello del codice assume una particolare prospettiva riguardo il significato. Il significato di un enunciato è codificato nella mente di chi parla, viene veicolato da un messaggio e trasmesso a un ricevente.
- Per cambiare il modello della comunicazione è opportuno modificare il modo in cui intendiamo il significato.
- **Significato naturale**
- **Significato non naturale**
- **Significato di un enunciato**
- **Significato del parlante**

Significato Naturale e significato NON naturale

- **[Esempio]** Quel fumo significa che qualcosa arde
[Esempio] Quella pozzanghera significa presenza di acqua
- Negli esempi precedenti è coinvolto un significato legato al segno che lo veicola in modo naturale (causale, non stipulativo).
- **[Esempio]** Il suono della campana significa la presenza di un incendio
- Nel caso precedente il significato del segno è legato al suo segno in modo non-naturale. Non vi è una relazione di conseguenza.

Il significato di un enunciato e il significato del parlante

- Nella comunicazione concreta gli enunciati hanno due significati:
 - Significato di un enunciato;
 - Significato inteso dal parlante (ciò che intende il parlante).
- Il significato di un enunciato è convenzionale (indipendente dal contesto a meno degli ormai noti fattori contestuali, e.g. indicali, etc..);
- il significato inteso è strettamente legato all'atto linguistico dipende hic et nunc dalle intenzioni del parlante.
- Perché a certe espressioni linguistiche viene associato un certo significato?
- Risposta di Grice: un enunciato o espressione linguistica riceve un significato per "sedimentazione", a seguito della regolarità con cui i parlanti attribuiscono quel significato a quell'enunciato -> **primato dell'uso**

Il significato del parlante

- Il cuore del significato di un enunciato nella comunicazione concreta è tuttavia nelle intenzioni del parlante.
- “S intende Q dicendo che P” è equivalente a “S asserisce p con l’intenzione di indurre una credenza mediante il riconoscimento di questa intenzione”.
- Ciò che permette di decodificare il significato di un’asserzione non è la conoscenza di un codice ma il riconoscimento delle intenzioni del parlante.
- Schematicamente “S ha inteso qualcosa dicendo che p” è vero se e solo se, per qualche ascoltatore H, l’intenzione di S è:
 - A) Suscitare in H una reazione r;
 - B) Fare in modo che H riconosca che S ha inteso che A);
 - C) H ha una reazione **perché** riconosce che S ha inteso provocarla.
- La condizione C) è fondamentale dal momento che esclude reazioni involontarie.
- **FONDAMENTALE:** La comunicazione **NON** richiede l’effettivo trasferimento di informazione. La cosa più importante è che valga B)

Proprietà delle intenzioni comunicative

- Le intenzioni comunicative sono sempre **dirette** verso un audience;
- Le intenzioni devono essere **palesi**
- Le intenzioni sono **riflessive**. Sono soddisfatte se e solo se riconosciute.
- **FONDAMENTALE:** Sia l'audience che il parlante devono avere **capacità meta-rappresentazionali**.
 - Il parlante assume che l'audience abbia capacità di rappresentazione dei contenuti e che possa farsi influenzare.
 - L'audience attribuisce al parlante certi stati mentali e attitudini.
- Gli attori della comunicazione si prefigurano entrambi la “mente” dell'altro. Si fanno rappresentazioni mentali di rappresentazioni.

L'obiezione di Searle

- Se ciò che conta è l'intenzione comunicativa, allora potremmo potenzialmente dire qualsiasi cosa ed essere compresi.
- **[Esempio]** A un colloquio di lavoro mi viene richiesto se sappia o meno l'inglese. Pronuncio l'unica frase che conosco "I have a pen, I have an apple, apple pen". L'intervistatore non sa l'inglese e mi assume.
- In questo caso ho utilizzato una fase arbitraria, le condizioni della comunicazione di Grice sono soddisfatte ma non vi è alcun legame tra ciò che ho detto e ciò che ho comunicato.
- Come posso render conto del rapporto tra il significato di ciò che affermo e ciò che affermo concretamente?
- Come è possibile controllare le interpretazioni possibili?

Ancora sul significato degli enunciati

- Il significato di un enunciato e ciò che è inteso dal parlante sono due componenti irriducibili del messaggio.
- Cosa guida l'ascoltatore nell'**inferire** ciò che il parlante intende effettivamente dire?
- L'ascoltatore nutre delle **aspettative** nei confronti del parlante. In altri termini, l'ascoltatore si propone di spiegare il comportamento comunicativo manifesto del parlante.
- La spiegazione del comportamento comunicativo del parlante implica l'attribuzione ad esso di pensieri e desideri, in particolare del desiderio di provocare una reazione in ragione del riconoscimento della sua intenzione di provocarla.
- L'ascoltatore si aspetta che il parlante, quale agente razionale, faccia esattamente questo.
- L'uditorio attribuisce al parlante le credenze che permettono di spiegare il suo comportamento comunicativo. Ciò permette all'uditorio di decifrare ciò che il parlante **implica** dicendo ciò che dice.

In generale

- Le inferenze dell'uditorio saranno le seguenti.
 - Perché il parlante ha detto P?
 - Il parlante ha intenzione di comunicare con me, quindi ha intenzione di produrre in me un effetto in ragione del fatto io riconosca la sua intenzione
 - La miglior spiegazione del suo comportamento è che crede che Q, altrimenti **affermare che P sarebbe irrazionale.**
- Ma come l'uditorio può supporre legittimamente di non sbagliarsi?
- Il parlante, a sua volta, è consapevole delle inferenze dell'uditorio, ovvero che l'uditorio gli attribuirà credenze conformi all'assunzione della sua razionalità. Se il parlante non fa nulla per evitare che l'uditorio attribuisca lui queste credenze, è perché intende comunicare **esattamente** quelle credenze.
- [**Esempio**] “Che ne pensi della filosofia della comunicazione?”, “Non sapevo fosse così difficile smacchiare i leopardi”

La risposta all'obiezione di Searle

- Nell'approccio di Grice un parlante può intendere dire soltanto ciò che ritiene l'uditorio possa interpretare come il significato inteso dal parlante.
- Questa è una risposta all'obiezione di Searle. Non possiamo dire tutto indistintamente!
- **La comunicazione è sempre un'attività cooperativa. Chi entra in interazione comunicativa ha un obiettivo: di farsi capire o di capire.**
- la cooperazione genera aspettative. Ma quali sono?

Il Principio di Cooperazione e le massime conversazionali

- **[Principio di Cooperazione]** Il parlante rende il proprio contributo conversazionale come richiesto dalla situazione e dalla direzione intrapresa dallo scambio linguistico.
- Assumendo che il parlante osservi il Principio di Cooperazione, l'ascoltatore è guidato nell'inferire ciò che il parlante intende comunicare.
- Grice specifica ulteriormente il PC attraverso una serie di massime che l'ascoltatore assume il parlante intenda rispettare: le **massime conversazionali**.

Le massime conversazionali

- *Quantità*
 - Rendi il tuo contributo informativo come richiesto dallo scambio comunicativo.
 - Non rendere il tuo contributo più informativo di quanto richiesto.
- *Qualità*
 - Non dire ciò che ritieni essere falso.
 - Non dire ciò per cui non hai abbastanza evidenze a supporto.
- *Rilevanza*
 - Sii rilevante.
- *Modo*
 - Evita le espressioni oscure
 - Evita ambiguità
 - Sii breve
 - Sii ordinato

Precisazioni

- Le massime conversazionali **non** sono imperativi. Sono gli “imperativi” che secondo l’uditorio il parlante dovrebbe e vorrebbe rispettare.
- Le massime conversazionali non esprimono ciò che il parlante effettivamente vuole o può fare. Specificano le supposizioni dell’uditorio.
- La violazione delle massime può portare l’uditorio a concludere che il parlante non abbia davvero intenzione di stabilire un’intenzione comunicativa.
- Ma non è detto che la violazione delle massime non possa essere un atto volontario finalizzato a comunicare.
- [**Esempio**] “Andiamo al mare?”, “alle 10 ho yoga”.

Cosa accade quando le massime vengono violate?

- Le massime possono essere violate in 4 modi distinti.
- **In modo non manifesto**, si pensi alla menzogna.
- **In modo manifesto**: “Non posso dirti più nulla...”
- **Per evitare di infrangere un'altra massima**
- **VOLONTARIAMENTE**: Il parlante viola volontariamente una massima per far capire a chi ascolta che ciò che intende è più di ciò che dice.
- La violazione delle massime può spingere l'uditorio a terminare l'interazione comunicativa o a cercare di spiegare perché il parlante sta infrangendo una o più massime.
- I contenuti che l'uditorio deduce alla luce della violazione delle massime (continuando ad assumere il parlante soddisfi il principio di Cooperazione), o dall'attesa vengano rispettate, sono detti **implicature conversazionali**

Esempi

- La guerra è guerra
- Non ho niente da mettermi!
- Luca è andato al mare ed ha preso un'insolazione. (Perché siamo portati a pensare Luca abbia preso un'insolazione proprio perché è andato al mare?)
- “Posso entrare nella stanza di Matteo?”, “Fai un respiro profondo, tappati il naso, ed entra”

Le implicature conversazionali

- Le implicature conversazionali devono essere distinte dalle conseguenze logiche.
- Le prime riguardano un contenuto proposizionale implicitamente inteso dal parlante.
- Una conseguenza logica è ciò che è deducibile da un corpus di informazioni utilizzando regole di inferenza.
- **[Esempio]** Se Luisa va al mare, Marco non ci va.
[Conseguenza logica] Se Marco va al mare, Luisa non ci va.
- **[Esempio]** La guerra è guerra
[Implicatura] La guerra è terribile/la guerra è necessariamente violenta
- Le conseguenze logiche sono un fenomeno semantico (seguono dal fatto che se le premesse sono vere, allora la conclusione è vera)
- Le implicature conversazionali sono un fenomeno pragmatico. Scaturiscono dalle asserzioni in un dato contesto e, a differenza delle inferenze deduttive, possono essere cancellate (sono inferenze non monotone)

Implicature convenzionali vs. implicature conversazionali

- Le implicature conversazionali sono generate in situazioni specifiche.
- Le **implicature convenzionali** sono codificate nella lingua dall'uso di certe espressioni.
- **[Esempio]** “Alice è di Teramo, **quindi** ama gli arrostiticini”
- **[Esempio]** “Matteo è intelligente **ma** carino.
- Gli esempi mostrano implicature convenzionali dovute al fatto alcune espressioni rimandino in modo codificato a certi significati impliciti (ma -> avversativo, quindi -> relazione)
- Le implicature convenzionali sono indipendenti dal contesto dal momento che vengono generate a prescindere dalla situazione concreta.

Implicature conversazionali

- Le implicature conversazionali si dividono in:
 - **implicature particolarizzate**: si generano solo in contesti specifici
 - **Implicature generalizzate**: si generano in tutti i contesti a meno che non avvenga qualcosa nel contesto in grado di inibirle.
- **[Esempio]** Martina ha 1000 €.
[Implicatura generalizzata] Martina ha **soltanto** 1000 €
- **[Esempio]** Martina è entrata in un appartamento ed ha visto un cadavere
[Implicatura generalizzata] L'appartamento non è di Martina.
- **[Esempio]** A: “Chi ha rubato la mia bicicletta?” B: “Il vicino mi sembra davvero in forma!”
- Le implicature particolarizzate e le implicature generalizzate, in alcuni casi, tendono a sovrapporsi.
- **[Esempio]** La sedia ha **quattro gambe**.

Implicature scalari

- Le implicature scalari sono implicature generalizzate derivanti dalla violazione della massima di quantità (**non essere né troppo, né troppo poco informativo**)
- Possiamo identificare nel linguaggio insiemi di espressioni che possono essere messe in una scala sulla base della loro informatività:
- **[Esempio]**
[Tutti, La maggior parte, molti, qualche, un po', — —]
[e, o]
[eccellente, buono, discreto...]
[bollente, caldo, teporoso]
- Una implicatura scalare si genera perché inferiamo un enunciato contenente un'espressione più debole ottenuto sostituendo questa allo stesso enunciato riportante l'espressione più forte nella scala. Se violiamo la massima di quantità, chi ascolta inferisce che non potevamo fare altrimenti.
- **[Esempio]** Da “Tutti gli studenti sono simpatici” deduco “Qualche studente è simpatico”.

Implicature scalari

- Dal momento che mi aspetto che il parlante sia cooperativo, se A mi dice “Ho tre figli”, non intendo ne abbia 4.
- L’uditorio si aspetta che venga rispettata la massima di quantità. Per cui, non usare un termine semanticamente “più forte” implica negarlo.
- [**Esempio**] “Marco è geniale”, “Diciamo che è intelligente”.

Proprietà delle implicature conversazionali

- **Calcolabilità**

Le implicature conversazionali sono calcolabili in modo effettivo da chi ascolta.

- 1) Il parlante ha detto P);
2) Non è possibile assumere che stia rispettando il principio di cooperazione e le massime conversazionali senza intendere che Q
3) Il parlante sa (che io so che lui sa che io so) che, al fine di giustificare il suo comportamento, dedurre concludere stia pensando a Q
4) Il parlante non fa niente per impedirmi di assumere lui stia pensando a A
5) Il parlante intende farmi pensare a Q, e dicendo P intende che Q.
- Le implicature generalizzate e quelle particolarizzate sono entrambi calcolabili. La differenza principale è nel perché chi ascolta attribuisce al parlante proprio Q. Nel primo caso questo dipende da caratteristiche linguistiche specifiche (lessicali, morfologiche). Nel secondo ciò dipende dal contesto specifico.

Proprietà delle implicature conversazionali

- Le implicature convenzionali non sono calcolabili. Queste scaturiscono da associazioni codificate nella lingua.
- [**Osservazione**] Quelle che Grice propone sono ricostruzioni delle dinamiche cognitive alla base della comprensione. **Tuttavia**, il modello di Grice non si propone di spiegare quali siano le dinamiche cognitive **effettive** coinvolte nei processi comunicativi.
- [**Osservazione**] La teoria di Grice continua a far riferimento alla common knowledge.

Proprietà delle implicature conversazionali

- Le implicature conversazionali non hanno nulla a che fare con ciò che il parlante effettivamente asserisce. Un'asserzione può essere vera ma le sue implicature false.
- **[Esempio]** Le donne sono donne
L'enunciato è banalmente vero, ma l'implicatura (e.g. che le donne hanno dei tratti stereotipici) è falsa.
- **[Esempio]** Il dirigente è uno squalo
- In generale, le implicature **non** contribuiscono al contenuto semantico dell'enunciato. **La relazione è prettamente pragmatica. Tuttavia, se il parlante usa un enunciato è perché in una qualche misura, anche ampia, la crede vera.**

Cancellabilità

- Le implicature conversazionali possono essere **cancellate**, ovvero possono non essere più implicate ampliando l'insieme di informazioni a disposizione dell'ascoltatore.
- **[Esempio]** “Le donne sono donne... nel senso che non possiamo omettere le differenze di genere”
- **[Esempio]** “Il mio amico è una serpe” detto da un personaggio in un cartone animato.
- In generale, le implicature non sono conseguenze di deduzioni ma sono ottenute da ragionamenti **defeasible**. La “logica” sottostante le implicature **non è monotona**
- Le implicature convenzionali **non** sono cancellabili dal momento che vengono generate in ogni contesto -> sono generate dall'uso di una specifica espressione linguistica. Negarle porta a contraddizione.
- **[Esempio]** “Marco è italiano, quindi è passionale. Tuttavia, le due cose non sono correlate...”

Associazione

- Le implicature conversazionali sono associate (allegate) al contenuto di una espressione. Sebbene non coincidano con il contenuto, sono **dipendenti dal contenuto**. Enunciati con lo stesso contenuto determinano la stessa implicatura.
- **[Esempio]** “Il mio avvocato è uno squalo”, “Il mio avvocato è un pesceccane”.
- Le implicature convenzionali sono separabili dal contenuto semantico. Enunciati con lo stesso contenuto semantico possono avere differenti implicature convenzionali.
- **[Esempio]** “Mario è biondo **ma** intelligente”, “Mario biondo **e** intelligente”

Livelli di significato

- La teoria di Grice porta con sé in modo abbastanza naturale una teoria che vede la stratificazione dei significati a più livelli.
- Vi è il significato **convenzionale** di un enunciato (ciò che viene proferito)
- Vi è un significato **effettivo** di un enunciato (ciò che viene effettivamente detto, ovvero ciò che si ottiene saturando gli indicali e eliminando le ambiguità dall'enunciato).
- **Significato convenzionale ed effettivo fanno parte di ciò che viene detto.**
- Vi è il significato **implicato**.

La prospettiva neo-Griceana

- Secondo alcuni autori che hanno ripreso il lavoro di Grice, anche la comprensione di ciò che viene effettivamente detto (e non implicato) avviene in virtù di fenomeni pragmatici.
- **[Esempio]** Torno a casa affamato e il mio coinquilino mi dice “C’è pasta in forno”. Il significato che attribuisco all’espressione è “C’è **abbastanza** pasta in forno”. Questo dipende da implicature generalizzate. Se nel forno trovassimo un milligrammo di pasta considereremmo l’enunciato falso.
- La presenza di implicature generalizzate motiva i fenomeni di arricchimento libero.
- Abbiamo dunque 4 livelli di significato:
Ciò che è proferito ->(saturazione, disambiguazione)->**ciò che è detto (semanticamente)** ->(implicature generalizzate)->**ciò che è detto (pragmaticamente)**->(implicature conversazionali)->**ciò che è implicato.**

Teoria della Rilevanza

I problemi del modello inferenziale

- Dan Sperber e Dreisde Wilson individuano i seguenti problemi nell'approccio di Grice.
 - In Grice **manca un approccio unificato a come vengono comunicati i vari livelli di significato.**
 - Nell'approccio di Grice **alcuni concetti restano indefiniti e lasciati all'intuizione**, un caso paradigmatico è offerto da quello di Rilevanza.
 - Grice **ricostruisce il ragionamento di chi ascolta per inferire in contenuto trasmesso dal parlante ma non spiega come questo possa avvenire.**
 - > **L'approccio di Grice è pre-teoretico, non sistematico e non permette predizioni.**
 - Il modello di Grice continua a basarsi sulla common knowledge.

La teoria della Rilevanza

Ambienti cognitivi

- **[Fatto]** In uno scambio comunicativo non si fa appello alla conoscenza condivisa. I parlanti usano informazioni non necessariamente perché **sanno** siano vere ma anche quando **credono** lo siano e a prescindere dal fatto i loro interlocutori abbiano le stesse credenze prima dell'inizio dello scambio comunicativo.
- **[Definizione]** *Manifestness*: Un fatto F è manifesto ad un agente A al tempo t se: (a) A **ha la possibilità di** rappresentarsi F al tempo t; e (b) A **ha la possibilità di** ritenere F vero o probabilmente vero
- La conoscenza è **attuale**. La manifestness è **potenziale** (-> non fa riferimento ad un contenuto attuale della mente, né veridico)
- **[Esempio]** Supponiamo io creda di aver chiuso la porta della mia stanza anche se non lo è. In questo caso, a prescindere dal fatto ci stia pensando o meno, per me l'enunciato "la porta della mia stanza è chiusa" è manifesto perché posso potenzialmente richiamarlo alla mente e ritenerlo vero.

La teoria della Rilevanza

Ambienti cognitivi

- La manifestness è **graduale**. La sua gradualità dipende da (a) e (b) nella definizione.
 - Un fatto può essere più o meno manifesto dipendentemente dalla facilità con cui riusciamo a rappresentarcelo (richiamarlo alla mente). In altri termini, un fatto può essere più o meno **accessibile**;
 - Un fatto può essere più o meno manifesto perché considerato più o meno probabile.
- Le azioni richiedono informazioni per essere messe in atto, e queste informazioni sono appunto i fatti manifesti a chi intende compiere l'azione.
- Ogni azione è performata in un **ambiente cognitivo**.
- [**Definizione**] L'ambiente cognitivo di un agente A è l'insieme dei fatti che gli sono manifesti.

Ambienti Cognitivi

Ambienti cognitivi condivisi

- Due individui, in generale, “vivono” in ambienti cognitivi distinti. Tuttavia, se in una situazione comune, possono avere lo stesso ambiente cognitivo legato a quella specifica situazione.
- **[Esempio]** Alice e Bob passeggiano per la strada e vedono un autobus passare. Sebbene possano notare dettagli distinti a partire da campi visuali distinti, possono richiamare alla mente le stesse cose.
- **[Definizione]** L'**ambiente cognitivo condiviso** tra un gruppo di agente A,B,... è l'insieme dei fatti manifesti a tutti.
- È sufficiente avere un ambiente cognitivo condiviso per comunicare? **NO**

Mutual manifestness

- **[Definizione]** Un fatto F è mutuamente manifesto ad A e a B se è manifesto ad entrambi, se ad A e B è manifesto che F è manifesto ad entrambi, se ad A e B è manifesto che ad A e B è manifesto che ad A e B è manifesto,....
- **Ricorda: quello di manifestness è un concetto potenziale, non attuale. -> La mutual manifestness non richiede costi cognitivi elevati.**
- **[Definizione]** L'**ambiente cognitivo mutuo (mutual cognitive environment)** degli agenti A, B, \dots è l'insieme dei fatti mutualmente manifesti ad A, B, \dots
- **N.B. L'ambiente cognitivo mutuo non assicura che in una comunicazione tutti abbiano le stesse informazioni.** Essendo quest'ultimo un requisito fondamentale del modello del codice, non si può pensare di salvare il modello del codice rimpiazzando semplicemente la **common knowledge** con la mutual manifestness.
- L'ambiente cognitivo mutuo è la base a partire dalla quale costruire una nuova teoria della comunicazione.

Rilevanza

- La comunicazione, come tutte le attività umane, si muove sempre su un terreno di incertezza, dove parte della precisione deve essere sacrificata in nome dell'efficienza.
- **La nozione di rilevanza emerge da un'analisi di come gli umani processano informazioni in modo efficiente.**
- Quando performo un'azione ho bisogno di un insieme di informazioni. Tuttavia, l'insieme di informazioni che seleziono per compiere un'azione è solo una piccola parte delle informazioni disponibili (*attention bottleneck*, Broadbent, 1958).
- Le nostre risorse cognitive sono limitate. **Filtriamo informazioni per processarle meglio. Le informazioni che recepiamo devono essere le più rilevanti possibili.**
- **Ogni obiettivo cognitivo è sempre un obiettivo di massimizzazione della rilevanza delle informazioni processate.**

Rilevanza

- **Più le informazioni sono rilevanti, più è efficiente la processazione di tali informazioni.** Più è efficiente la processazione delle informazioni, più è semplice svolgere compiti cognitivi.
- Le informazioni si processano attraverso altre informazioni. **Processiamo informazioni alla luce di informazioni di contesto**
- **Come costruiamo il contesto?** Prendiamo informazioni da almeno tre fonti principali.
 - **Percezione**
 - **Memoria:** (a) **a breve termine**, cioè informazioni presenti alla mente per un breve periodo e che vengono successivamente cancellate (“memoria di lavoro”); (b) **a lungo termine**, ovvero informazioni “immagazzinate” per un periodo di tempo indefinito e riutilizzabili;
 - **Inferenze:** permettono di estrarre informazioni dalla memoria a lungo e breve termine al fine di ridurre la quantità di informazioni da immagazzinare.

Rilevanza

- In generale, abbiamo a disposizione molte fonti di informazione alcune delle quali permettono una estrazione di informazioni più semplice, altre una più difficile.
- **Alcuni contesti sono più accessibili di altri dal momento che le risorse cognitive necessarie per ricostruirli sono minori o più accessibili.**
- **La processazione delle informazioni è più efficiente quanto minore è lo sforzo cognitivo necessario.**
- Quando possibile, un individuo dovrebbe focalizzare la propria attenzione sulle informazioni che richiedono meno sforzo cognitivo

Efficienza della processazione di informazioni

- I parametri per misurare **l'efficienza della processazione di informazioni** sono:
- **Sforzo cognitivo:** la quantità di sforzo necessaria per elaborare e recuperare le informazioni.
- **Il guadagno in termini di informazione**
- **[Esempio]** Alice è in ritardo per la lezione ed ha paura di perderla, deve prendere l'autobus che, probabilmente, è già passato. Alice si sofferma a leggere il manifesto di un concerto. (C'è qualcosa di strano?)
- Il contesto da creare deve essere funzionale al raggiungimento dell'obiettivo cognitivo.

Contesti

- **Quali informazioni devo includere in un contesto per un dato task cognitivo?**
- Informazioni che permettono di inferire nuove informazioni che facilitano il raggiungimento dell'obiettivo cognitivo
- **[Esempio]** Alice legge gli orari degli autobus
- Informazioni che permettono di cancellare informazioni non più attendibili.
- **[Esempio]** Alice chiede ad un passante se il bus sia già passato. Scopre che è in ritardo e cancella l'informazione sull'orario.

Contesti

- **N.B.** Non sempre le nuove informazioni, quando contraddicono le vecchie, le rimpiazzano. (**Esempio:** Alice ha saputo 30 minuti prima da Bob che il bus è in orario)
- Un'informazione può **rafforzare** informazioni già contenute nel contesto. E questo rappresenta un miglioramento (rende il contesto più intellegibile).
- Sperber e Wilson chiamano questi modi di miglioramento del contesto **effetti contestuali** (secondo parametro).
- Più un'informazione ha effetti contestuali, più è facile da processare.

Informazioni rilevanti

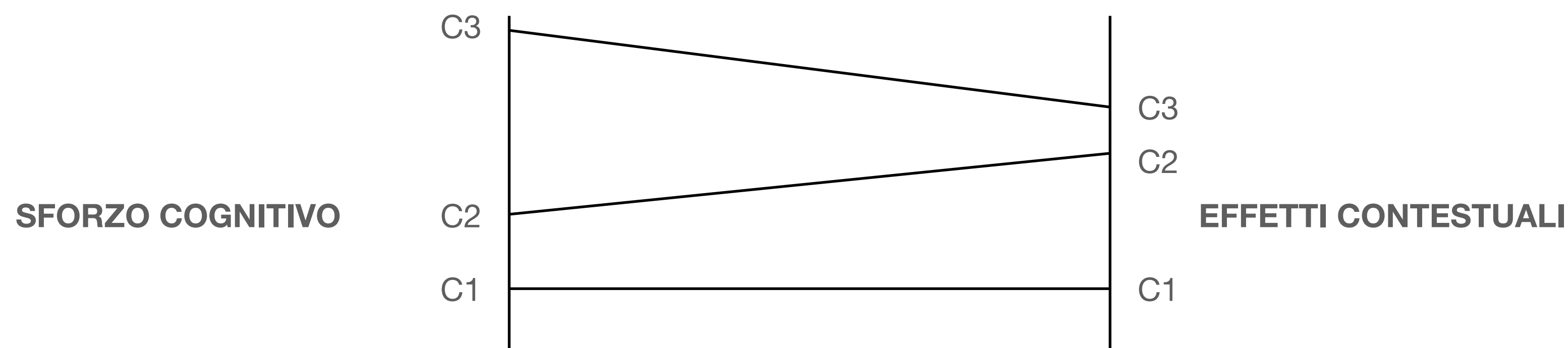
- **N.B.** Sforzo cognitivo ed effetti contestuali non si manifestano come rappresentazioni. Sono ciò che rende possibili le rappresentazioni.
- **[Definizione]** Una informazione si dice **rilevante** per un agente A se ha almeno un effetto contestuale in uno dei contesti accessibili ad A.
- Un'informazione è rilevante quando arricchisce il nostro contesto avendo un effetto contestuale (un'informazione è rilevante quando produce un effetto utile e non banale -> vi ricordate il modello di Shannon e Weaver?)
- Anche la rilevanza ammette gradi (esistono informazioni più rilevanti di altre)

La natura della rilevanza

- R. Carnap (1962) individua tre tipi di concetti:
 - Classificatori: permettono di classificare entità;
 - Quantitativi: permettono di attribuire valori numerici;
 - Comparativi: permettono di comparare entità.
- Quello di rilevanza è un concetto comparativo, emerge solo alla luce di una comparazione tra informazioni.
- Sforzo cognitivo ed effetti contestuali spiegano come le comparazioni vengono effettuate.
- Più una informazione è meno costosa in termini di sforzi cognitivi ed ha effetti cognitivi, più è rilevante.

Come si processano le informazioni?

- Per processare una informazione **I**, l'agente costruisce un contesto **C1** attraverso la percezione, la memoria e le inferenze -> sforzi cognitivi
- Questi sforzi sono compensati dai benefici in termini di effetti contestuali offerti da **I**? Se no, l'agente può fare ulteriori sforzi cognitivi per estendere **C1** ad un contesto **C2** in cui **I** possa avere più effetti contestuali. Se **I** continua a non avere effetti contestuali apprezzabili posso arrivare a costruire **C3** e così via.
- **Una informazione si dice processata in modo ottimale quando si arriva al miglior bilanciamento possibile tra sforzi cognitivi e effetti contestuali.**



Rilevanza (definizione fine)

- Una informazione si dice rilevante quando gli effetti contestuali ottenuti quando è processata in modo ottimale sono ampi.
- Una informazione è rilevante per un individuo quando lo sforzo cognitivo per processarla in modo ottimale è ridotto.
- L'efficienza cognitiva è l'investimento di sforzo nella processazione di un buon input.
- La rilevanza mette in discussione uno dei capisaldi del modello del codice: il fatto che non serva spiegare come si processano le informazioni.
- Se la rilevanza è una buona risposta, che posto potrebbe trovare nel modello del codice? In un certo senso, il modello del codice è una “teoria dell’ago ipodermico” ogni informazione trasmessa dal parlante viene processata dal ricevente in modo “acritico”.

Stimoli ostensivi

- La processazione di stimoli percettivi avviene sulla base della loro rilevanza. L'agente investe in sforzi cognitivi nei limiti in cui questi vengono compensati dagli effetti contestuali.
- La comprensione di ciò che ci viene comunicato non fa differenza.
- Prendiamo la comunicazione **non** verbale.
- **[Esempio]** Alice e Bob sono in attesa dello scoccare delle 17:30 per tornare a casa. L'orologio è accanto ad Alice. Allo scoccare delle 17:30, Alice si sposta per mostrare l'orologio a Bob.
- **[Esempio]** Alice e Bob sono in attesa dello scoccare delle 17:30 per tornare a casa. Il faro di un'auto illumina l'orologio e Alice nota che le lancette si sono spostate sulle 17:30. Considera l'informazione rilevante perché massimizza l'effetto contestuale a fronte dello sforzo.
- Nel primo esempio Alice intende comunicare a Bob qualcosa (cosa direbbe Grice?)
- Nel secondo lo stimolo non è intenzionale

Stimoli ostensivi

- La produzione intenzionale di uno stimolo percettivo finalizzato a comunicare qualcosa si dice **comportamento ostensivo** (Sperber & Wilson).
- **Un'ostensione è il comportamento di rendere mutuamente manifesto di voler rendere mutuamente manifesta qualcosa.**
- Secondo Sperber e Wilson l'atto comunicativo si basa su:
 - (A) L'intenzione *informativa* di rendere manifesto o più manifesto un insieme I di assunzioni;
 - (B) Un'intenzione comunicativa di rendere mutuamente manifesto a chi parla e a chi ascolta che chi parla ha l'intenzione comunicativa (A).

Il principio di rilevanza

- Sperber e Wilson accettano l'idea di Grice per cui comunicare è rendere palese un'intenzione e generare aspettative, ma il principio di cooperazione non gioca più alcun ruolo.
- Consideriamo il caso di uno stimolo ostensivo.
 - Sia A il comunicatore e B l'ascoltatore.
 - A assume un comportamento rendendo evidente un'intenzione informativa.
 - B riconosce l'intenzione informativa e gli è manifesto che, se il comportamento di A è motivato (A intende davvero comunicare un'informazione) e l'intenzione informativa di A deve essere soddisfatta, lo stimolo deve essere rilevante per B. - B è autorizzato a pensare che lo sforzo cognitivo da fare per recepire l'informazione di A sia ben bilanciato dagli effetti contestuali
- Il gesto di A genera un'aspettativa di rilevanza in B.

Il principio di rilevanza

- Da una prospettiva cognitiva è più efficiente processare informazioni dovute ad un atto comunicativo che dovute ad altri fenomeni. Gli stimoli comunicativi sono progettati per essere rilevanti.
- Un comunicatore che intenda comunicare una informazione I ad un uditorio deve produrre uno stimolo che sia sufficientemente rilevante per l'uditorio e renda manifesta l'informazione I.
- Chi coglie un'intenzione informativa è autorizzato a pensare che lo stimolo sarà abbastanza rilevante per lui.
- L'uditorio è autorizzato a supporre che (**presupposizione di rilevanza ottimale**):
 - L'informazione I che il comunicatore intende sottoporre all'uditorio è rilevante abbastanza da essere valevole di processazione da parte dell'uditorio
 - Lo stimolo ostensivo prodotto dal comunicatore è il più rilevante tra quelli avrebbe potuto scegliere per veicolare I

Principio di Rilevanza vs. Principio di Cooperazione

- **[Principio di Rilevanza]** Ogni atto di comunicazione ostensiva comunica una presupposizione di rilevanza ottimale.
- Qual è la differenza con il principio di Cooperazione?
- Sia nella teoria di Grice che in quella di S&W, il riconoscimento di una intenzione informativa genera una aspettativa. Nel primo caso, si ha cooperazione comunicativa, nel secondo di produzione di uno stimolo di rilevanza ottimale.
- In entrambe le teorie, l'uditorio si rappresenta la mente del parlante come razionale e finalizzato a soddisfare le proprie intenzioni comunicative.

Principio di Rilevanza vs. Principio di Cooperazione

- Tuttavia, **la teoria della Rilevanza non vede la comunicazione come una interazione cooperativa.**
- Nella teoria di Grice, le implicature conversazionali emergono quando chi ascolta interpreta il comportamento comunicativo del parlante per capire perché ha eventualmente violato le massime.
- Nella teoria della rilevanza, le implicature sono il frutto degli effetti contestuali. L'informazione contestuale che più verosimilmente produce effetti contestuali è quella mutuamente manifesta allo speaker e all'audience **ma non necessariamente.**
- Nella teoria di Grice la responsabilità di soddisfare l'intenzione comunicativa del parlante è dell'uditorio. Nella teoria della rilevanza è del parlante (il parlante deve produrre lo stimolo giusto affinché ciò che l'uditorio considererà rilevante è esattamente ciò che il parlante intende).

Il principio di Cooperazione può essere violato, il principio di rilevanza **NO**. Il principio di cooperazione regola la comunicazione tra parlante e uditorio. **Il principio di rilevanza regola la processazione delle informazioni.**

Essenzialmente, le implicature conversazionali sono il frutto di ciò che cattura l'attenzione del parlante in quanto produce il maggior effetto contestuale con un congruo sforzo cognitivo.

Rilevanza e informazioni contestuali

- **[Esempio]** Supponiamo Alice intenda seguire la lezione di filosofia della comunicazione. Alice chiede a Bob l'orario di inizio. Bob risponde:
 - (a) Mezz'ora dopo le 17:00
 - (b) Alle 17:30
 - (c) 30 minuti prima delle 18:00
- Quale risposta Alice considererà più rilevante? **Dipende dal contesto informativo e dagli obiettivi cognitivi di Alice.**
- Se Alice intende semplicemente partecipare alla lezione, considererà rilevante (b);
- Se Alice ha un impegno che durerà verosimilmente fino alle 17:00 considererà più rilevante (a)
- Se Alice crede vi sia dell'esplosivo in aula 9 e intende sapere quanto tempo ha a disposizione per far evacuare l'aula.
- **La rilevanza risente di informazioni contestuali.**

Un esempio

- Alice entra in cucina, vede Bob ed esclama: “Oggi ho davvero sonno”. Bob risponde: “La caffettiera è nel lavandino”.
- Come può Alice comprendere ciò che le ha detto Bob?
- Inizialmente il contesto informativo di Alice contiene soltanto l’informazione “Oggi ho sonno”. Tuttavia, facendo uno sforzo cognitivo realizza di aver reso mutuamente manifesto a sé e a Bob le informazioni “Ho sonno” e “Mi sento stanca”.
- Alice recepisce l’intenzione informativa di Bob ed ha l’aspettativa lo stimolo prodotto da Bob abbia rilevanza ottimale. Tuttavia, il contesto informativo di Alice ancora non “valorizza” pienamente lo stimolo prodotto da Bob (lo stimolo non ha ancora effetti contestuali bilanciati con lo sforzo cognitivo).
- Alice richiama dalla propria memoria a breve termine ciò che ha detto precedentemente ed aggiunge al proprio contesto informativo di aver reso mutuamente manifesto “Alice chiede di essere svegliata”.
- Ciò non è ancora sufficiente per dare alle parole di Bob un impatto contestuale soddisfacente. Alice aggiunge al contesto informativo “Il caffè permette di svegliarsi”.
- Ciò non è ancora abbastanza. Alice estende il contesto informativo recuperando dalla memoria a lungo termine “La caffettiera permette di preparare il caffè”.
- A questo punto, Alice inferisce “La caffettiera permette di svegliarsi”. Aggiungendo questa informazione al contesto informativo, lo stimolo prodotto da Bob diviene di rilevanza ottimale. Quindi Alice può attribuire a Bob il messaggio “Alice può prendere la caffettiera per preparare un caffè e svegliarsi.”

Effetti delle informazioni contestuali

- È importante ribadire l'**importanza delle informazioni contestuali e i ciò che chi ascolta ritiene mutuamente manifesto**. Se, nell'Esempio precedente, Alice ritiene mutuamente manifesta (ma non è detto questo lo sia davvero per Bob) l'informazione "Se la moka viene lavata, il caffè avrà un gusto pessimo", Alice penserà che Bob le stia dicendo "Per svegliarti potresti preparare un caffè con la moka, tuttavia la moka è inservibile".
- Alice può fraintendere il portato dello stimolo prodotto da Bob.
- Nella teoria di S&W, si può comunicare qualcosa di non specifico (non necessariamente un messaggio).
- **[Esempio]** Alice e Bob arrivano in cima alla vetta di una montagna dopo una lunga passeggiata. Alice inala profondamente.
- In questo caso Bob coglie una intenzione informativa. Tuttavia, ciò che riterrà essere il messaggio dipenderà dal suo contesto informativo. In realtà Alice non comunica **un** messaggio, ma un insieme di messaggi (che bella visuale, finalmente siamo arrivati, è bello essere insieme qui, l'aria è purissima, etc...)

Applicazioni della Teoria della Rilevanza

- Per comunicare, è sempre necessario tener conto degli sforzi cognitivi (e degli obiettivi cognitivi) dell'uditorio.
- Il comunicatore deve sempre tener presente le informazioni manifeste all'audience e prefigurarsi come ricostruirà il contesto informativo per comprendere il significato delle asserzioni.
- La produzione di stimoli che contraddicono le informazioni manifeste all'audience potrebbe essere controproducente. Informazioni che contraddicono un ambiente cognitivo (quello dell'audience) sono più difficili da processare).
- **[Esempio]** Alice sa che Bob è un convinto estremista di destra e gli dice "Il fascismo è uno dei mali peggiori al mondo".

Applicazioni della Teoria della Rilevanza

- **Affinché uno stimolo possa essere più facilmente compreso, è necessario esplorare l'ambiente cognitivo mutuo per produrre stimoli che siano compatibili con ciò che è manifesto all'uditorio.** Questo permette di estendere l'ambiente cognitivo mutuo con nuove informazioni e i loro effetti contestuali. Ciò permetterà all'uditorio di recepire meglio lo stimolo del comunicatore.
- Alice dice a Bob: “Nasciamo liberi ma diveniamo oppressi”, “Non vedo perché la nostra libertà debba essere minacciata da potenze straniere”, “Abbiamo il diritto di scegliere ciò che è meglio per noi, siamo sovrani di noi stessi” ...

Echo Chambers

- Una **echo chamber** è una situazione in cui le informazioni, le idee o le credenze vengono amplificate o rafforzate dalla comunicazione e dalla ripetizione all'interno di un sistema definito.
- Il fenomeno delle echo chambers può essere spiegato attraverso la teoria della rilevanza. Le EC si formano attraverso pratiche comunicative che hanno l'obiettivo di rafforzare l'ambiente cognitivo dell'uditorio i.e. le credenze manifeste all'uditorio.
- Quanto più l'ambiente cognitivo è rafforzato da certi stimoli comunicativi, tanto più stimoli analoghi diventano facilmente processabili e tanto più stimoli che contrastano l'ambiente cognitivo diventano difficili da processare.

Fake news

- Una **fake new** è un'informazione falsa che viene comunicata come vera.
- Ciò che è davvero interessante delle fake news è che queste entrano facilmente a far parte dell'ambiente cognitivo e sono difficili da eradicare anche quando vengono smentite.
- Spesso le fake news **appaiono** vere o molto plausibili. Sono stimoli progettati per essere facilmente assimilabili da specifici ambienti cognitivi e per produrre effetti contestuali capaci di rafforzare tali ambienti.
- La fake news sono “target-specifiche” colpiscono gli ambienti cognitivi per cui sono progettate.
- **Quanto più si ha un ambiente cognitivo ampio, tanto più è difficile essere vittima di fake news. Quanto più moltiplichiamo i fatti a noi manifesti, tanto più il nostro ambiente cognitivo è ampio.**

Rilevanza e Semantica

- Quando progettiamo uno **stimolo linguistico**, lo facciamo attraverso regole di sintassi, semantica e pragmatica. Codifichiamo informazioni utilizzando il linguaggio. Le informazioni codificate da uno stimolo linguistico vengono chiamate da S&W **forma logica**.
- Come sappiamo, recepire la forma logica di un enunciato non è sufficiente per comprenderne il significato. Abbiamo bisogno di disambiguare, saturare, e arricchire liberamente il messaggio per comprenderlo. S&W chiamano questo processo **sviluppo della forma logica dell'enunciato**.
- Lo sviluppo di una forma logica segue esattamente le dinamiche della elaborazione di uno stimolo ostensivo (-> creare un contesto informativo in cui la processazione dello stimolo richiede un buon bilanciamento tra sforzo cognitivo e guadagno cognitivo)
- Lo sviluppo di una forma logica restituisce il significato dell'enunciato (il significato è costruito **pragmaticamente**). Il significato è ottenuto attraverso una **esplicatura**.

Saturazione, disambiguazione, rilevanza

- **[Esempio]** Se il parlante pronuncia l'asserzione "Ora sono qui", l'uditorio recupera le informazioni contestuali che permettono di elaborare il messaggio con i maggiori effetti contestuali e il minor sforzo cognitivo.
- Il significato di un enunciato dipende dal contesto informativo che l'uditorio può ricostruire quando lo recepisce.
- Le esplicature di uno stimolo linguistico non sono codificate nella lingua ma sono codificate negli ambienti cognitivi mutui.

Arricchimento libero

- Nella determinazione del significato di un enunciato in base al contesto (arricchimento libero) entrano in gioco due processi: **narrowing** e **broadening**.
- **Narrowing** produce una restrizione del significato dell'enunciato e delle espressioni lessicali ivi contenute.
- [Esempio] “Ai filosofi piace **bere**”
- **Broadening** estende il significato di un enunciato o elemento lessicale ivi contenuto per renderlo applicabile in contesti diversi o più ampi.
- [Esempio] “La stanza è **quadrata**”
- Questi processi non vengono spiegati dalle teorie pragmatiche del significato.
- Narrowing e broadening vengono in termini di **concetti ad hoc** (Lawrence Barsalou) -> La nostra mente costruisce concetti “all’occorrenza” per facilitare la comprensione del linguaggio e per esprimere ciò che intendiamo dire.
- La costruzione di concetti ad hoc può essere spiegata in termini di dinamiche di Rilevanza. **Creiamo concetti ad hoc per espandere il nostro contesto informativo in modo tale da dare allo stimolo linguistico il maggior numero di effetti contestuali con un congruo sforzo cognitivo.**

Implicature conversazionali

- Nella teoria di Grice le implicature conversazionali sono completamente a carico di chi ascolta. Sono il frutto dell'attribuzione di razionalità e cooperazione.
- Nella teoria della rilevanza, le implicature sono **anche** a carico di chi parla.
- Nella teoria della Rilevanza bisogna distinguere tra **premesse implicate** e **conclusioni implicate**.
- Le premesse implicate sono prodotte dall'audience nel processo di costruzione di un contesto informativo adatto a recepire uno stimolo.
- Le conclusioni implicate sono le informazioni inferite da chi ascolta nella processazione dello stimolo.
- **[Esempio]** Alice: “Vieni al mare stamattina?”, Bob: “Alle 10 ho yoga”.
 - **Premesse implicate:** “La mattinata dura verosimilmente dalle 7 alle 13”, “Chi ha un altro impegno nel bel mezzo della mattinata, non può andare al mare”, “Chi non può andare al mare, non ha intenzione di andare al mare”
 - **Conclusioni implicate:** Bob non ha intenzione di venire al mare.

Effetti poetici

- Il parlante non ha del tutto controllo sulle implicature che l'uditorio può produrre. Distinguiamo **implicature forti** da **implicature deboli**.
- Le implicature forti sono prodotte intenzionalmente dallo speaker;
- Le implicature deboli sono prodotte autonomamente dall'uditorio dall'aspettativa di rilevanza ottimale.
- Le implicature deboli permettono un account degli effetti poetici.
- **[Esempio]** Quel ramo de lago di Como, che volge a mezzogiorno, tra due catene non interrotte di monti, tutto a seni e a golfi, a seconda dello sporgere e del rientrare di quelli, vien, quasi a un tratto a restringersi, e a prender corso e figura di fiume, tra un promontorio a destra, e un'ampia costiera dall'altra parte; e il ponte, che ivi congiunge le due rive, par che renda ancor più sensibile all'occhio questa trasformazione, e segni il punto in cui il lago cessa, e l'Adda ricomincia, per ripigliar poi il nome di lago dove le rive, allontanandosi di nuovo, lascian l'acqua distendersi e rallentarsi in nuovi golfi e in nuovi seni.

Figure linguistiche

- Le figure linguistiche sono difficilmente spiegabili negli account tradizionali del significato.
- Le figure linguistiche possono essere spiegate introducendo significati non-letterali.
- La teoria della rilevanza riesce a fornire un account del perché spesso si preferisca utilizzare una metafora in luogo di un messaggio esplicito.
- Una metafora, di principio, ha lo stesso significato della sua parafrasi. Tuttavia, una metafora può essere processata con più facilità avendo una struttura grammaticale più semplice.

I problemi della teoria della rilevanza

- La teoria della rilevanza spiega la significazione come il raggiungimento di un equilibrio tra sforzo cognitivo ed effetti contestuali. Tuttavia, **la teoria non spiega QUANDO tale equilibrio sarà raggiunto.**
- **Come è possibile prevedere quando questo avverrà?**
- **Come può lo speaker prototipare uno stimolo adeguato a fare in modo che l'arricchimento delle informazioni contestuali termini quando deve terminare?**
- S&W presentano la teoria della rilevanza come una teoria cognitiva. Ciò implica che dovrebbe essere falsificabile. In altri termini dovrebbe essere possibile dedurre un insieme di effetti verificabili o smentibili empiricamente.
- **Tuttavia**, la sperimentazione richiede rilevanza -> circolarità.

Ulteriori osservazioni

- Come abbiamo visto, la teoria della rilevanza tiene conto di una serie di fenomeni di attribuzione di significato alle espressioni lessicali contenute negli enunciati: narrowing e broadening.
- **[Esempio]** - Luca ha aperto le danze
 - Sara ha aperto la porta
 - Marco ha aperto la bocca
- Sembra che il contesto contribuisca a determinare il significato delle unità lessicali. **Le condizioni di verità di un enunciato dipendono dal contesto.**
- I meccanismi determinati dal principio di rilevanza contribuiscono a determinare il contenuto proposizionale degli enunciati e quindi le loro condizioni di verità.

Ancora sulla Rilevanza

- La teoria della rilevanza riesce a spiegare i fenomeni di broadening e narrowing proprio perché assume una prospettiva semantica **traslazionale**. La teoria della rilevanza non è interessata al riferimento ma a **come** si coglie il riferimento di un enunciato quando viene asserito in un determinato contesto.
- Questo ha vari vantaggi. In particolare, permette di risolvere problemi di **riferimento** sollevati da Donnellan (1966) a proposito delle descrizioni definite.
- **[Definizione]** Una descrizione definita è la descrizione di un individuo che si suppone essere l'unico a soddisfare determinate proprietà.
- **[Esempio]** “L'amico di Luisa”, “l'uomo che beve grappa al bancone”.
- Le descrizioni definite hanno una natura **referenziale** e **attributiva**. L'enunciato “L'amico di Sara è simpatico” può riferirsi ad un individuo specifico che occorre precedentemente nella discussione oppure a chiunque abbia unicamente quella proprietà.
- A seconda di come interpretiamo le descrizioni definite, gli enunciati in cui occorrono possono avere condizioni di verità distinte. Sono ambigui? Se si adotta una prospettiva referenziale sì. Se si adotta una prospettiva traslazionale no. **Gli enunciati contenenti descrizioni definite vanno valutati sempre all'interno di un contesto sulla base di criteri di rilevanza.**
- Da una prospettiva “relevantista”, le descrizioni definite rimandano ad individui “unici” all'interno di un contesto specifico.

Ancora sulla Rilevanza

Componenti non articolate

- La teoria della rilevanza permette di spiegare il contenuto semantico di enunciati contenenti componenti non articolate.
- **[Esempio]** “Sta piovendo”. Quando questo enunciato è vero? Quali sono le componenti di questo enunciato che permettono di attribuirgli un valore di verità?
- Al di fuori di una prospettiva pragmatica si può rispondere in due modi.
 - La determinazione di luogo non contribuisce alle condizioni di verità. Non bisogna confondere l’enunciato in sé dal suo essere asserito in un contesto.
 - La determinazione di luogo è codificata dall’espressione in modo “nascosto”.
- Queste prospettive sono controintuitive e non rispecchiano l’intuizione comune.
- La teoria della rilevanza permette di legare la comprensione delle condizioni di verità di enunciati con componenti non articolate all’intuizione comune ponendole sul piano della pragmatica.

Evidenze sperimentali indirette

Sebbene non esista un singolo esperimento che dimostri la teoria nella sua interezza (data la sua ampiezza teorica), numerosi studi hanno confermato i principi di base che la sostengono:

- **Esperimenti sull'inferenza pragmatica:** Sono stati condotti esperimenti per osservare come le persone fanno inferenze quando ascoltano o leggono frasi ambigue o incomplete. Molti studi hanno mostrato che gli individui cercano interpretazioni che massimizzino la rilevanza.
- **L'elaborazione del contesto:** Alcuni studi hanno esaminato come le persone elaborano il contesto linguistico per valutare la rilevanza. Ad esempio, è stato dimostrato che i partecipanti a esperimenti tendono a preferire interpretazioni che siano coerenti con il contesto e che richiedano meno risorse cognitive per essere comprese.
- **Teoria della mente e comunicazione implicita:** Esperimenti hanno dimostrato che gli individui fanno inferenze sulle intenzioni comunicative degli interlocutori cercando di valutare ciò che è rilevante nel contesto della conversazione.
- **Esperimenti di eye-tracking:** Alcuni studi che utilizzano la tecnologia eye-tracking hanno mostrato come le persone prestano più attenzione a quelle parti di un messaggio che risultano più rilevanti.
- **Ricerche sul sarcasmo e sull'ironia:** Gli studi dimostrano che le persone tendono a interpretare correttamente queste forme di linguaggio implicito quando il contesto suggerisce che esse sono rilevanti.

ALCUNE evidenze sperimentali indirette

- **Sperber, Cara e Girotto (1995)** riformula il compito di selezione di Wason utilizzando la Teoria della Rilevanza. Gli autori sostengono che le scelte dei partecipanti derivano da inferenze su conseguenze testabili, basate sull'accessibilità delle informazioni e sull'interpretazione della regola rispetto alle aspettative di rilevanza. I risultati mostrano che la performance dei soggetti dipende dalla capacità di collegare regole condizionali e contesto, confermando che la rilevanza guida la selezione e l'elaborazione delle informazioni.

Bott, Noveck (2004) L'articolo confronta due teorie sul funzionamento delle inferenze scalari (come quella implicata da "Alcuni" che può significare "non tutti"): il modello delle Inferenze Predefinite, che le considera automatiche e indipendenti dal contesto, e la Relevance Theory, che le vede come dipendenti dal contesto e frutto di elaborazione cognitiva. Attraverso quattro esperimenti, gli autori mostrano che l'elaborazione di inferenze scalari è più lenta e varia in base al tempo di risposta consentito, supportando la Relevance Theory.

ALCUNE evidenze sperimentali indirette

- **Wilson e Matsui (1998)** analizza il fenomeno del "bridging", dove si stabiliscono connessioni tra enunciati impliciti ed espliciti in un discorso. Vengono confrontati approcci basati su verità, coerenza e rilevanza. Gli autori concludono che la Teoria della Rilevanza offre il miglior modello esplicativo, evidenziando come i partecipanti colmino lacune di informazione interpretando implicitamente assunti coerenti e contestualmente rilevanti.
- **Jorgensen, Miller e Sperber (1984)** L'articolo di Jorgensen, Miller e Sperber (1984) mette alla prova la Mention Theory of Irony, che propone una spiegazione alternativa alla teoria tradizionale dell'ironia. Secondo il modello tradizionale, un ironista usa un significato figurativo opposto a quello letterale. La Mention Theory, invece, sostiene che l'ironista menzioni il significato letterale dell'enunciato per esprimere un atteggiamento verso di esso. La teoria tradizionale suggerisce che l'ironia sia percepita attraverso una semplice inversione di significato, indipendente dal contesto precedente. Al contrario, la Mention Theory presuppone che il riconoscimento dell'ironia richieda un contesto antecedente esplicito che l'ironista possa richiamare. Gli autori hanno condotto esperimenti basati su prove di comprensione del testo per verificare le condizioni che influenzano il riconoscimento dell'ironia. Questi esperimenti hanno testato come il contesto e il riferimento esplicito influenzino la percezione dell'ironia. I risultati hanno evidenziato che la Mention Theory offre una spiegazione più robusta rispetto alla teoria tradizionale. La necessità di un materiale antecedente per riconoscere l'ironia è un elemento distintivo, supportando l'idea che l'ironia sia più complessa di una semplice inversione di significato. L'analisi evidenzia che l'interpretazione ironica richiede un'elaborazione cognitiva e contestuale significativa.

ETC...

Comunicazione e Conflitti

Perché parlare di conflitti in Filosofia della Comunicazione?

- La nozione di conflitto richiama un gran numero di situazioni in cui vi sono **parti**, o **attori**, i cui interessi, desideri, obiettivi divergono. Un esempio concreto in ambito comunicativo è dato dalla disputa in cui (almeno) due parti si contrappongono per stabilire la verità di una tesi.
- Tuttavia, l'importanza dei conflitti per comprendere l'impatto della comunicazione nella loro gestione e risoluzione va ben oltre l'argomentazione. Oggi vi è un consenso crescente sull'importanza del rafforzamento delle pratiche comunicative nella gestione dei conflitti.
- L'allargamento degli ambienti cognitivi mutui è fondamentale per la possibile risoluzione dei conflitti.

Cos'è un conflitto?

- La nozione di “conflitto” ha avuto sorti alterne nella storia del pensiero occidentale.
- Si è pensato al conflitto come assenza di ordine, come sinonimo di caos. Nella filosofia platonica l'assenza di conflitti è alla base dell'armonia all'interno della *poleis*, dunque della giustizia. Il superamento del conflitto tra le varie componenti dell'anima (irascibile, concupiscibile, razionale) è alla base della moralità.
- Nel corso dei secoli (in particolare a partire dal XV, XVI, XVII secolo) molti autori hanno provato a rispondere alla seguente domanda: i conflitti sono naturali o innaturali?

Cos'è un conflitto?

- H. Grotius (*De Iure Belli ac Pacis*, 1625): I conflitti sono naturali, sono una conseguenza inevitabile della condizione naturale degli esseri umani. I conflitti sono violazioni della legge naturale definita dalla razionalità degli individui. Il superamento del conflitto avviene attraverso l'istituzione dello stato.
- T. Hobbes (*Leviatano*, 1651): I conflitti sono una conseguenza della natura umana. In particolare, questi derivano dal “bilanciamento” delle forze tra gli uomini. Il conflitto nasce perché gli esseri umani sono ugualmente abili ad ottenere ciò che vogliono.
- J. Rousseau (*Discorso sulle origini della disuguaglianza*, 1755): I conflitti **non** sono naturali. L'uomo nello stato di natura è buono e animato da desiderio di cooperazione. I conflitti nascono in società, dove la restrizione delle risorse porta alla competizione.
- J. Locke (*Due trattati sul governo*, 1688) I conflitti sono naturali e positivi finché derivano dal desiderio di vedere rispettati i propri diritti naturali.
- A. Smith (*Un'indagine sulla natura e le cause del benessere delle nazioni*, 1776) Il conflitto non è naturale ma ha effetti positivi sul benessere delle nazioni. La competizione supporta lo sviluppo e il benessere.
- G. W. F. Hegel (*Fenomenologia dello spirito*, 1807): Il conflitto è naturale ed è una parte integrante dello “sviluppo” dialettico della realtà. I conflitti che si verificano nella contrapposizione di una tesi e di una antitesi, e la loro risoluzione, danno dinamismo alla realtà, sono il motore della storia, etc...

Definizione di Conflitto

- [**Definizione, Dahrendorf**] Un conflitto è un “clash” tra forze sociali. Un conflitto è una relazione che si origina tra gruppi di individui (anche singoli individui) che sperimentano una divergenza di obiettivi, in particolare dal desiderio di ottenere ciò che è disponibile soltanto per uno.
- Un conflitto è una relazione tra individui che sperimentano una opposizione **latente** oppure **manifesta**.
- L’approccio di Dahrendorf è troppo generale. Rischia di includere qualsiasi tipo di relazione sociale.
- [**Definizione, Glasl**] Un conflitto sociale è un’interazione tra attori (gruppi, individui, organizzazioni) dove almeno uno fa esperienza di incompatibilità di pensiero, concetti, percezioni, emozioni, intenzioni con gli altri in modo tale che la sua implementazione delle sue idee e obiettivi è minata dagli altri.

La teoria di Galtung

- Secondo *Galtung* (1958), un conflitto consta di tre componenti:
- (A) **L'attitudine delle parti.** Ognuno degli attori in un conflitto ha una specifica visione del mondo, tende ad interpretare le azioni che si svolgono durante il conflitto.
- (B) **Il comportamento delle parti.** Il comportamento è costituito dalle azioni che manifestano le attitudini delle parti.
- (C) **L'incompatibilità che è alla base del conflitto.** Un'incompatibilità non è una contraddizione. Due fatti (o enunciati) sono incompatibili se non possono essere entrambi veri ma possono essere entrambi falsi. In una contraddizione un enunciato è vero se e solo se il suo contraddittorio è falso.

La teoria di Galtung

- (A), (B), (C) sono inscindibilmente legate nella definizione di un conflitto (**triangolo del conflitto**).
- Per studiare un conflitto, l'unica componente manifesta è il comportamento. Tuttavia questa è insufficiente per comprendere le cause del conflitto. Incompatibilità e attitudini non sono quasi mai manifeste.
- Sulla base di A, B, C è possibile categorizzare le formazioni di conflitti.

La teoria di Galtung

1		Total nonconflict
2	A	Attitudes assumptions prepared
3	B	Behavioral patterns prepared
4	C	Presence of a contradiction
5	A, B	Attitudes assumptions and behavior prepared
6	A, C	Subconscious level fully prepared
7	B, C	Ritualistic conflict behavior
8	A, B, C	Fully articulated conflict

Caratteristiche dei conflitti

- **Conflitti diretti e indiretti.** I conflitti diretti si verificano tra individui. I conflitti indiretti si verificano all'interno di un sistema sociale. La differenza tra le due tipologie dipende dal grado di consapevolezza delle parti.
- **Dimensioni.** Dipendono dal numero di individui coinvolti. Abbiamo **micro-conflitti** (tra individui), **meso-conflitti** (tra gruppi), **macro-conflitti** (tra società e culture). I conflitti a differenti livelli possono essere interni o esterni. Interni se si verificano all'interno di un attore. Sono esterni quando si verificano tra più attori.
- I conflitti sono sempre generati all'interno di un contesto comunicativo, culturale e sociale. Le dinamiche delle componenti di un conflitto sono sempre mediate da questi fattori. Il **contesto** è fondamentale.

Caratteristiche dei conflitti

- **Conflitti strutturati/Conflitti non-strutturati.** I conflitti non-strutturati emergono tra parti che non sono già in relazione tra loro (si pensi ad una aggressione a mano armata). I conflitti strutturati occorrono all'interno di strutture sociali regolate da tipi specifici di relazioni (relazioni verticali, orizzontali, etc...).
- **Violenza.** Un atto violento può essere finalizzato a danneggiare qualcuno (da un punto di vista fisico e psicologico) o a impedirgli di agire (si pensi al sabotaggio). Tuttavia, non tutti i conflitti sono violenti. Nei conflitti latenti non vi è una forma di violenza diretta. Tuttavia, può esservene una indiretta (**violenza strutturale**, i.e. costrizioni sociali).

Analisi dei conflitti

- Per comprendere la natura e la portata di un conflitto è importante, in primo luogo, riconoscere le parti. Ogni parte è di una natura specifica (può essere un individuo, un gruppo, etc...), ha risorse e capacità specifiche per intervenire nel conflitto, sono variamente organizzate ed intrattengono relazioni comunicative al proprio interno.
- Le **azioni** delle parti determinano il loro ruolo in un conflitto. Ma cos'è un'azione?

Cosa è un'azione?

- Le azioni devono essere distinte dagli eventi
- **[Esempio]** La pioggia che bagna il pavimento è un evento. bagnare il pavimento con un getto d'acqua è un'azione.
- Prima facie, un'azione si distingue da un evento per l'intenzionalità. Ogni comportamento intenzionale è un'azione, ma non ogni azione è intenzionale.
- **[Esempio]** Se verso dell'aranciata da una bottiglia ma credo sia acqua, sto compiendo comunque l'azione di versare l'aranciata.
- **[Definizione, Davidson]** Qualcosa che qualcuno compie è un'azione se può essere in qualche modo descritta come un atto che qualcuno fa intenzionalmente (più o meno indirettamente). **Non** è necessari per un attore essere ocnsapevole delle proprie azioni.

Cos'è un'azione?

- Per comprendere perché un'agente razionale performa una certa azione, è necessario prendere in considerazione le sue credenze e i suoi desideri. Sono da considerarsi due componenti:
 - **Pro-attitudine dell'agente.** Attitudine favorevole dell'agente verso azioni di un certo tipo.
 - **Credenza strumentale.** Credenza dell'agente circa il fatto l'azione sia **esattamente** di quel tipo.
- Le azioni sono soggette ad interpretazione. Due attori possono intraprendere azioni che portano al conflitto ma non riconoscerle come tali. Il conflitto sorge quando gli agenti si riconoscono in conflitto, riconoscono le proprie intenzioni, obiettivi come incompatibili, si costituiscono come attori e cominciano ad organizzarsi.
- **N.B. Non tutti gli attori di un conflitto sono impegnati nel “contrastare” l'opponente. Vi sono anche supporters e terzi che possono assumere un ruolo di mediazione (si pensi alle Nazioni Unite nei conflitti internazionali).**

Attitudini e Interpretazioni

- Le attitudini (nel senso di Galtung) formano l'ambiente cognitivo di ciascuna delle parti. La loro interpretazione permette una spiegazione delle azioni delle parti.
- **[Osservazione]** L'interpretazione richiede rilevanza ed è soggetta a tutti i limiti che i meccanismi di processazione delle informazioni basata su rilevanza portano con sé (fenomeni di Echo Chamber, resistenza all'updating delle informazioni a disposizione in base a criteri di sforzo cognitivo, etc...)
- Questo ha un impatto profondo sulla gestione e lo sviluppo di conflitti. Per esempio, permettono lo sviluppo di un "intergroup behavior" -> relazione tra gruppi di individui influenzate dall'appartenenza ma non dalle relazioni interpersonali -> in-group biases.
- L'appartenenza a un gruppo e la maturazione di stereotipi porta ad una interpretazione delle azioni delle parti in grado di confermare le proprie ipotesi -> Self-fulfilling prophecies (R. Merton, 1948).

Il contenuto di un conflitto

- Per chiarire il contenuto di un conflitto (ciò che pone in essere il conflitto) è importante valutare gli obiettivi delle parti.
- Gli obiettivi sono mossi da motivazioni che influiscono su quanto le parti sono disposte a rischiare.
- Gli obiettivi non sono sempre facili da definire dal momento che possono cambiare durante il conflitto.
- Come classificare i possibili obiettivi delle parti coinvolte in un conflitto?

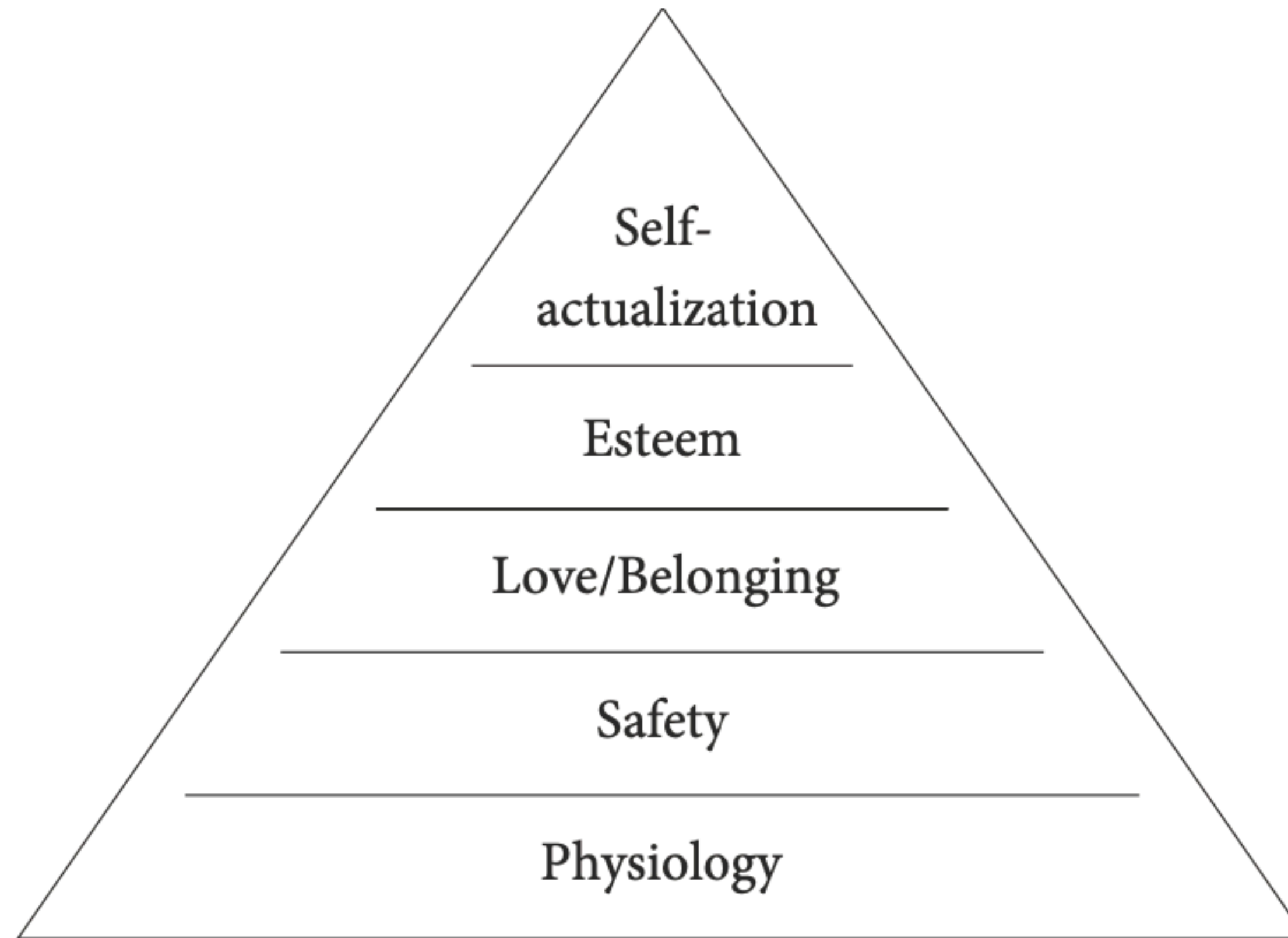
Risorse, Valori, Credenze

- Tra gli obiettivi di un conflitto vi può essere il tentativo di ottenere risorse. Le risorse possono essere classificate da una prospettiva astratta in termini di benessere, potere, prestigio (Weber, 1947).
- Il benessere si riferisce alle risorse materiali.
- Il potere può essere visto come una risorsa immateriale (è la capacità di spingere qualcuno ad agire in base alla propria volontà).
- Il prestigio è una risorsa immateriale “relazionale”, si manifesta in rapporto ad altri.
- **Anche le risorse immateriali sono limitate. La loro acquisizione porta ad una minore disponibilità delle stesse risorse da parte di altri.**

Risorse, Valori, Credenze

- Una credenza può essere vista come una rappresentazione mentale. Un valore può essere visto come una preferenza circa stati di cose o azioni.
- Credenze e valori permettono di formulare giudizi (di fatto o di valore).
- I giudizi possono essere oggettivi, intersoggettivi, soggettivi. La differenza tra le tipologie dipende dai **criteri di verifica**.
- Il conflitto su giudizi può sorgere solo quando i giudizi sono intesi come oggettivi o come intersoggettivi.
- **N.B. I conflitti possono essere motivati da bisogni.**

La piramide dei bisogni di Maslow



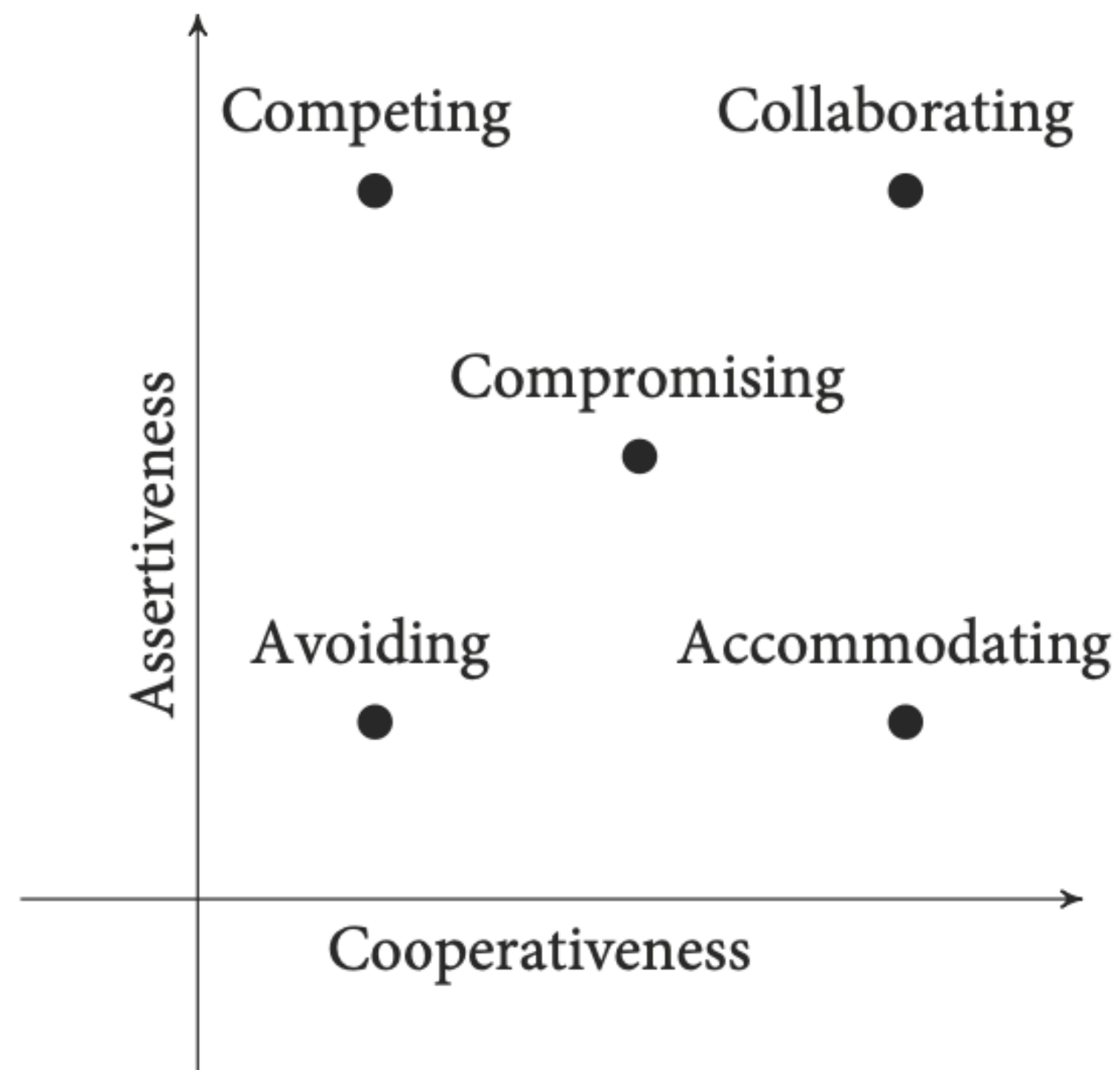
Classificazione dei conflitti sulla base delle azioni (Arielli, Scotto 2003)

- Un'azione che occorre in un conflitto può essere orientata verso una delle parti oppure finalizzata a limitare l'azione di una delle parti. Un'azione può essere anche non cooperativa e quindi limitare le azioni delle parti per una mancanza di "supporto".
- **Conflitto di tipo I (divergenza):** il conflitto nasce dal fatto che gli agenti sono in una situazione in cui dovrebbero cooperare ma agiscono individualmente per la soddisfazione dei propri bisogni e desideri. Non è detto questo sia dovuto ad "egoismo" ma è possibile che agenti differenti abbiano la stessa pro-attitudine ma differenti credenze strumentali su come realizzarla.
- **Conflitto di tipo II (competizione):** Gli agenti hanno le stesse pro-attitudini e le stesse credenze strumentali ma le prime non possono essere soddisfatte contemporaneamente.
- **Conflitto di tipo III (contrasto):** limitare l'agire di un agente attraverso specifiche azioni di contrasto. Il contrasto richiama la nozione di strategia (pianificare un corso di azioni in funzione delle azioni dell'altro).
- **Conflitto di tipo IV (aggressione):** limitare o annullare la libertà dell'altro.

Gestione del conflitto

Kilmann, Thomas 1977

- Secondo il modello di Kilmann-Thomas, le modalità di gestione di un conflitto possono essere classificate in base a due assi: **assertività e cooperatività**.



Dinamiche del conflitto

- Nel seguito, proveremo a comprendere come le parti possono sviluppare strategie e orientare le dinamiche di un conflitto per ottenere i propri obiettivi.
- -Una **strategia** è un piano di azione all'interno di una determinata situazione.
-Una **tattica** un'azione osservabile finalizzata a spostare un conflitto in una determinata direzione in linea con una strategia (Lulofs & Cahn, 2000)
- In primo luogo bisogna distinguere tra il **ragionamento parametrico** e il **ragionamento strategico**. Il ragionamento parametrico si basa sul prendere in considerazione i fattori determinanti della riuscita di una azione (e.g. le condizioni meteo per una gita in barca)
- Il **ragionamento strategico** si basa sul tener conto anche delle scelte dell'avversario (e.g. la sequenza di mosse da intraprendere per una partita a scacchi). È quest'ultima tipologia di ragionamento che entra in campo quando si parla di conflitti.

Teoria dei giochi

- La teoria dei giochi è lo studio del modo in cui agenti razionali prendono decisioni sulla base delle proprie preferenze in contesti in cui gli esiti delle proprie azioni sono influenzate dalle scelte degli altri.
- Un conflitto può essere modellato come un gioco in cui vi sono più attori, ognuno con delle preferenze, delle informazioni a disposizione, delle azioni che possono essere performate in dati momenti. Inoltre, ogni gioco è specificato dai suoi possibili esiti.
- Uno dei postulati della teoria dei giochi è che gli agenti siano perfettamente razionali.
- **[Definizione]** Un agente si dice **razionale** se sceglie una strategia capace di massimizzare la sua utilità (misura del grado di preferenza dell'esito del gioco)
- **[Definizione]** Una **strategia** è una descrizione delle azioni da intraprendere nelle varie fasi del gioco ogniqualvolta è necessario scegliere come agire.
- **[Definizione]** L'**utilità** dell'esito di un gioco relativa ad un agente A può essere vista come la ricompensa (payoff) che un agente ottiene dato l'esito.

Strategie

- Giochi in cui i partecipanti devono scegliere la propria strategia coordinandosi con gli altri sono detti **cooperativi**. Giochi in cui i partecipanti devono scegliere le proprie strategie **individualmente** sono detti **non-cooperativi**.
- [**Esempio**] La battaglia dei sessi. Consideriamo il seguente conflitto. La moglie vuole andare in vacanza al mare, il marito vuole andare in vacanza in montagna. In questo caso, la strategia può consistere nell'unica azione di andare al mare oppure in montagna. Ad ogni possibile esito del gioco che consiste nelle implementazione delle strategie, ognuno dei codici attribuirà un'utilità. Ad esempio:
Marito:
 - Moglie al mare e marito in montagna, 1
 - Moglie in montagna e marito al mare, 0
 - Moglie al mare e marito al mare, 2
 - Moglie in montagna e marito in montagna, 3**Moglie**
 - Moglie al mare e marito in montagna, 1
 - Moglie in montagna e marito al mare, 0
 - Moglie al mare e marito al mare, 3
 - Moglie in montagna e marito in montagna, 2

Qual è l'esito più conveniente per entrambi?

		(Husband)	
		Sea	Mountains
(Wife)	Sea	3,2	1,1
	Mountains	0,0	2,3

- Gli esiti migliori sono 2,3 e 3,2. Questo significa che il marito deve riuscire a prevedere le intenzioni della moglie dal momento che, se la moglie va al mare, il marito deve scegliere di andare al mare. Al contempo, la moglie deve riuscire a prevedere le intenzioni del marito, dal momento che, se il marito va in montagna, la moglie deve scegliere di andare in montagna.
- Morale: per ottenere l'esito migliore in un conflitto, è necessario "leggere la mente dell'altro".
- Gli esiti vantaggiosi che abbiamo visto nella battaglia dei sessi sono detti equilibri di Nash. Le strategie dei partecipanti ad un gioco sono in equilibrio di Nash se a nessuno dei partecipanti conviene cambiare la propria strategia, se nessun altro la cambia.
- Ma un equilibrio di Nash è sempre il più conveniente?
- **[Esempio] Dilemma del prigioniero.** Due rapinatori sono stati arrestati per un reato minore. Tuttavia, la polizia sa che i rapinatori hanno commesso un reato ben più grave ma non hanno prove a sufficienza se almeno uno dei due non confessa. La polizia propone quanto segue. Se nessuno dei due confessa, entrambi dovranno scontare una pena di 2 anni. Se uno dei due confessa ma l'altro no, chi confessa sarà libero, ma chi non confessa dovrà scontare 10 anni di carcere. Se entrambi confessano dovranno scontare entrambi 5 anni.
- Cosa conviene fare ai prigionieri?

Il dilemma del prigioniero

		(Prisoner A)	
		Refuse (Cooperate)	Confess (Defect)
(Prisoner B)	Refuse (Cooperate)	$-2, -2$ \longrightarrow $-10, 0$ \downarrow	$-10, 0$ \downarrow
	Confess (Defect)	$0, -10$ \longrightarrow $-5, -5$	$-5, -5$

Ottimo Paretiano

- Si osservi che $-2,-2$ non è un equilibrio di Nash dal momento che, se uno dei due non confessa, all'altro conviene confessare per aumentare il payoff.
- L'unico equilibrio di Nash è dato da $-5,-5$ che, tuttavia, non sembra la scelta ottimale.
- Tuttavia $2,-2$ è un esempio di Ottimo di Pareto.
- **[Definizione]** Una distribuzione di risorse è Pareto Efficiente se non ve ne è nessun'altra che garantisce a tutti un maggior guadagno.
- Tuttavia, il criterio di Pareto non è sufficiente per la gestione delle situazioni conflittuali. Serve un ulteriore criterio: l'equità.
- Se la posizione dei riceventi è simmetrica, allora la distribuzione deve essere simmetrica. Non deve cambiare se si permutano i riceventi.
- Il dilemma del prigioniero mostra l'importanza della cooperazione. Ma la cooperazione è davvero razionale?

Qual è il ruolo della comunicazione nella soluzione dei conflitti?

- Il Dilemma del prigioniero viene considerato un gioco non-cooperativo. Questo perché ognuno dei prigionieri deve fare delle scelte in autonomia. I prigionieri non possono comunicare. Se potessero comunicare, potrebbero mettersi d'accordo.
- Tuttavia, qui “comunicazione” non può essere inteso semplicemente come un “trasferimento di informazioni” (come vorrebbe il modello del codice). Supponiamo infatti i prigionieri possano scambiarsi l'informazione “Confesso” o “Non Confesso”. Se il primo comunica di non aver confessato allora, al secondo converrebbe confessare e viceversa. Tuttavia se il secondo confessa, allora al primo converrebbe ritrattare e confessare.
- L'attribuzione di utilità può essere vista come un ambiente cognitivo. Di fatto, la teoria dei giochi non tiene conto degli ambienti cognitivi.
- Quale può essere l'impatto della comunicazione sulla modifica delle attribuzioni di utilità?
- Il punto fondamentale non è nella **massimizzazione** dell'utilità ma nella scelta dei payoff e nella rappresentazione della mente degli altri.

Giochi iterativi

- Consideriamo un mercato i cui prezzi sono regolati dalla legge della domanda e dell'offerta. Due aziende possono scegliere di mantenere i prezzi alti riducendo la produzione e guadagnando entrambe. Tuttavia, una delle due potrebbe aumentare la produzione riducendo il prezzo a scapito dell'altra. In uno stage successivo, consapevoli di quanto successo precedentemente, la prima azienda può adeguarsi aumentando la produzione. Entrambe le aziende produrrebbero di più causando un crollo del valore del bene.
- Giochi in cui vi sono più rounds che si ripetono nel tempo sono detti iterativi.
- I giochi iterativi sono particolarmente istruttivi dal momento che mostrano effetti importanti come l'end-game effect. L'end-game effect è la progressiva diminuzione dell'attitudine a collaborare quanto più ci si avvicina all'ultimo round.
- Quando si arriva all'ultimo round, non potendo esservi ulteriori "ritorsioni" e sapendo che gli esiti precedenti non possono essere cambiati, ogni agente tende a massimizzare la propria utilità rompendo il rapporto di collaborazione, ottenendo una perdita.
- Affinché vi possa essere un rapporto collaborativo continuo, è necessario che agli agenti sia manifesto il fatto di poter e dover essere cooperativi per lungo tempo.

Giochi iterativi evolutivi

- La strategia cooperativa è, in generale, la migliore, a patto che i giocatori cooperativi superino i giocatori non-cooperativi. -> I giochi iterativi **evolutivi** mostrano che i giocatori cooperativi hanno più probabilità di sopravvivere in un gioco iterativo se superano il numero di giocatori non cooperativi.
- La creazione di uno spazio di cooperazione è garantito dalla creazione di un ambiente cognitivo condiviso.

Trasformazione dei conflitti

- Bisogna distinguere tra **risoluzione** e **trasformazione** di un conflitto. I conflitti si possono risolvere.
- La risoluzione di un conflitto è la sua estinzione. Ma un conflitto può davvero essere risolto? Secondo Galtung e Lederach un conflitto non può risolversi (l'inizio e la fine di un conflitto non mai sono chiari). Anche se il conflitto scompare dall'agenda, la sua energia resta e può "attaccarsi" ad altri conflitti (anche vecchi).
- L'approccio basato sulla trasformazione vede i conflitti come processi soggetti a modificazione. Questo permette di vedere più conflitti come legati tra loro, come filiazioni di conflitti precedenti e possibilmente portatori di ulteriori conflitti.
- Tuttavia, bisogna distinguere l'evoluzione di un conflitto (la successione di azioni messe in atto dagli attori durante un conflitto) e la sua trasformazione (come gli attori si organizzano, come le loro attitudini cambiano, i contenuti del conflitto e come sono costruiti dalle parti).
- Un esempio fondamentale di trasformazione è dato dall'**empowerment** delle parti. Acquisizione di autoconsapevolezza e "indipendenza" di pensiero. L'empowerment garantisce un aumento dell'assertività, della capacità di dialogo determinata da un'acquisita fiducia nelle proprie capacità, dunque della probabilità di una trasformazione positiva del conflitto.
- Nella prospettiva della trasformazione, non si può parlare di risoluzione ma di trasformazione positiva, una ridefinizione delle strutture delle relazioni.
- Se non vi è una trasformazione positiva del conflitto, il conflitto potrebbe ripresentarsi.

Escalation e de-escalation

- Di principio, la nozione di escalation è semplice: è l'incremento della severità (violenza) di un conflitto.
- Tuttavia, come osserva Dahrendorf (1957) un'escalation non prevede solo un aumento della violenza, ma anche un aumento dell'**intensità** del conflitto. L'intensità è il grado di coinvolgimento (le risorse che si è disposti ad investire, etc...)
- Come si misura l'intensità di un conflitto?
- La quantità dei motivi oggetto di conflitto. Nell'escalation i motivi di conflitto tendono ad aumentare.
- Aumento delle risorse investite. Per affrontare il conflitto le parti investono risorse. Questo può rendere difficile tornare indietro.
- La modifica delle attitudini dei partecipanti. Le posizioni si rafforzano. I partecipanti rafforzano la propria posizione fino a che, in termini cognitivi, diventa più semplice considerare rilevanti solo le informazioni che rafforzano la propria posizione, piuttosto che informazioni che potrebbero minarla -> irrigidimento dell'ambiente cognitivo.
- Se vediamo l'escalation come un processo a scala, quindi tornare indietro sembra semplice. È sufficiente ripercorrere la via "a ritroso".

Escalation e de-escalation

- In generale, in un processo di escalation è difficile tornare perché l'escalation modifica la **struttura del conflitto**. Pertanto, una de-escalation può avvenire soltanto modificando (in positivo) la struttura del conflitto.
- **Modello a-spirale dell'escalation (Christopher Mitchell).**
Processi di trasformazione del conflitto:
 - Mobilizzazione: investimento di risorse non solo materiali ma anche cognitive. Cambia la percezione del conflitto.
 - Allargamento: inclusione di nuovi attori (alleati, supporters, etc...). Rende la struttura del conflitto più complessa e più articolata anche dal punto di vista degli obiettivi e dei motivi del conflitto.
 - Polarizzazione: le posizioni dei candidati tendono a polarizzarsi, ad irrigidirsi.
 - Dissociazione: Riduzione delle occasioni di contatto -> riduzione delle possibilità di comunicare.
 - Intrappolamento: impossibilità di tornare indietro per il timore di perdere le risorse investite.
- Il modello a spirale è continuo. Vede l'escalation come un processo che, se non gestito, tende ad aumentare indefinitamente.
- F. Glasl: Prima del passaggio ad uno stadio successivo vi sono soglie. Il passo successivo nell'escalation avviene quando una certa soglia viene superata.

Il modello di Glasl

- L'escalation è un passaggio da una strategia win/win (vincono entrambi), and una strategia lose/lose (perdono entrambi) attraverso una strategia lose/win.
- I fase: Inizialmente vi è un tentativo di trovare una soluzione. Tuttavia, vi è **tensione** dal momento che le parti devono scegliere di sacrificare qualcosa per un compromesso. Presto le parti capiscono di avere interessi differenti e si **polarizzano**.
- Fase dei “**fatti non parole**”. Le parti cominciano ad agire. A seguito della polarizzazione le parti diventano sempre più distanti ed incapaci di comprendersi.
- Il fase: il conflitto diviene un gioco non-cooperativo, una competizione. Le parti divengono ostili. Si formano coalizioni e si creano dinamiche di in-group/out-group. Viene maturato un *loss of face principle*. Le parti temono di “perdere la faccia”, di perdere la propria credibilità.
- Si passa successivamente dalla minaccia al sabotaggio, alla distruzione.

Reframing

- Un frame è una cornice interpretativa, ovvero un insieme di concetti e di background information che permette l'interpretazione di azioni e posizioni. In altri termini, un frame può essere visto come un ambiente cognitivo.
- L'adozione di un frame permette, ad esempio, di distinguere un combattimento “vero” da uno “finto” (come nel gioco) (G. Bateson).
- la nozione di frame è di importanza cruciale per la trasformazione dei conflitti. Permette di allargare l'ambiente cognitivo mutuo, comprendere le posizioni dell'altro, i suoi bisogni e le sue motivazioni. Si osservi che comprendere i bisogni primari dell'altro potrebbe essere un obiettivo più semplice, dal momento che i bisogni primari non sono soggetti a polarizzazione.
- La comunicazione entra in gioco nel reframing. Ampliando l'ambiente cognitivo mutuo si riduce la possibilità di escalation e si favorisce la trasformazione positiva del conflitto.