

## semiotica lezione 2

la semiotica studia testi e segni correlati tra loro che sono molto vari.

abbiamo una semiotica della religione, del corpo ( discorso sulla moda), delle arti visive, dei testi urbani (leggere la città semioticamente significa capire determinati usi), una semiotica dei media( ci si focalizza su internet),

a questo si collega la semiotica della pubblicità, la semiotica dei giochi, del cibo ( studiare il cibo dal punto di vista semiotico significa ad esempio studio sul cibo insetto) , poi vi è la semiotica della letteratura  
la semiotica del gender.

### ORIGINE ED EVOLUZIONE DEL GENERE SEMIOTICO

le radici di questo metodo risalgono a tempi antichi, ad esempio troviamo in aristotele il cosiddetto quadro semiotico.

**"SEMEIOTICA"**: si trovano ad interpretare i sintomi dei pazienti, medicina come tecnica del riconoscere le connessioni tra segno, causa e rimedio.

si procede con Procedura indiziaria, ossia si procede per indizi, esclusione di alcuni elementi ed aggiungerne altri per capire come interpretarla meglio.

**SANT AGOSTINO**: ha ragionato tantissimo sul legame tra segni e significato.

**ISTITUZIONALIZZAZIONE DEL MEZZO SEMIOTICO: ferdinand.** Egli mette la semiotica in relazione con la psicologia, noi la chiamiamo semiologia ( in quanto non esiste ancora). La linguistica è solo una parte della scienze generale  
le leggi scoperte dalla semiologia saranno applicate alla linguistica e questa si troverà collegata.

**L'altro padre della semiotica fu: CHARLES.**

**La scuola americana** è molto più vicina alla logica, e lo possiamo vedere proprio con egli stesso, tant'è che egli dice che la logica è solo un altro nome per la semiotica, la formale dottrina dei segni. Il segno non esiste nella mia mente, è qualcosa che sta per qualcos'altro, nel mondo.  
il compito della semiotica è di considerare la natura dei segni.

**Dagli anni 1960**: sviluppo e istituzione delle due scuole:

- una **FILOSOFICO-INTERPRETATIVO: Moris, sebook ( SEMIOTICA)**
- una **"STRUTTURALISTA" (Barthes..) ( SEMIOLOGIA)**

Tentativo di unificazione effettuato da Umberto Eco, egli è un personaggio importante perchè ha portato la semiotica in italia, anche portandola nelle scuole e inoltre è riuscito anche ad unificare

questi due modelli.

**PAPER:** rapporto tra semiotica e semetiotica ( da vedere facoltativo)

VIDEO LEZIONE DI SEMIOTICA

**MASSIMO LEONE dice come diventare un semiologo e in particolare:**

- La semiotica è una scienza umanistica.
- La semiotica deve riuscire ad essere chiara, deve essere precisa.
- La semiotica non deve ovviamente arrivare alla banalità

MODULO

Cosa vuol dire guardare il mondo da una prospettiva semiotica: bisogna studiare la comunicazione.

### **COMUNICAZIONE**

**SIGNIFICAZIONE:** ogni cosa che ci circonda ci appare necessariamente etichettata secondo la sua apparenza e fornita di istruzioni per l'uso

**1 ASSIOMA DELLA COMUNICAZIONE:** è impossibile non comunicare

In questo senso la comunicazione è il fatto di trasmettere delle informazioni su di sé, presentarci al mondo, avere un aspetto che viene interpretato, anche tacitamente, da chi è presente.

Bisogna imparare a distinguere quando ci troviamo in una situazione di COMUNICAZIONE o SIGNIFICAZIONE.

COMUNICAZIONE: qualcuno ( emittente) trasmette qualcosa ( messaggio o testo) a qualcun altro ( destinatario). Tale spiegazione può avere più o meno successo ma l'iniziativa e il lavoro

spettano all'emittente, il destinatario ricostruisce l'intenzione del mittente , interpreta il suo messaggio e reagisce ad esso o al più lo rifiuta. ES: INVIARE UNA LETTERA, LA PUBBLICITÀ...

SIGNIFICAZIONE: la condizione di ricchezza di significato che caratterizza il mondo. Intorno a noi ci sono persone e cose che significano.

Abbiamo un'iniziativa che è presa dal destinatario, nell'interpretare questi fatti fa un'inferenza, cioè una scommessa interpretativa, e applica ad essi, la propria conoscenza.

ES1: esantema del morbillo.

Non c'è alcuna necessità logica nelle regole dei processi di significazione, solo una costruzione di probabilità. Sulla base dell'ipotesi generale che tutto ciò che accade abbia un significato, costruiamo alcune re....

Facile e molto comune è manipolare la significazione di un oggetto per ottenere specifici effetti comunicativi. La comunicazione nasconde una comunicazione vera e propria. Il ricevente crede di aver scoperto il significato di qualcosa, mentre in realtà riceve una comunicazione che è stata sicuramente elaborata da un mittente.

### **CRITICITÀ SUL MODELLO (FIGURA)**

- focus su tecnologia, trascura altre dimensioni

- inadeguato per le interazioni umane:

**1) fenomeni di ridondanza: informazioni non trasmesse nella maniera più economica, ma ripetute e ribadite in diversi modi, al fine di renderle più convincenti o meno sensibili ai disturbi della comunicazione**

**2)fenomeni di informazione ellittica o implicita.**

**RICORDA: NOI NON COMUNICHIAMO SOLO PER INFORMARE, IL DESTINATARIO HA NECESSARIAMENTE UN RUOLO ATTIVO.**

Dal punto di vista semiotica diventa indispensabile concentrarsi sull'interpretazione, questo perché significa e ci fa capire come il destinatario interpreti un'informazione.

Non può non esserci il destinatario, in quanto senza qualcuno che li interpreti gli oggetti non avrebbero alcun tipo di valore nel mondo.

---

### **LEZIONE 3**

Ci sono altri elementi fondamentali come il contatto, bisogna essere in contatto per comunicare con qualcuno.

C'è sempre un canale, il quale non è solo tecnologico.

La comunicazione ha bisogno quindi ha bisogno del canale o contatto, che se da un lato è qualcosa di materiale e dall'altro immateriale.

Un altro elemento fondamentale è il contesto, a seconda del contesto cambia il significato di quello che vogliamo comunicare. In alcuni contesti linguistici si dà ancora del lei.

anche la LINGUA è FONDAMENTALE.

### **JAKOBSON crea uno schema ( slide)**

- la pubblicità così come la propaganda punta ad avere un effetto su di noi.

**COME È STRUTTURATO IL MESSAGGIO:** egli la chiama poetica, è fondamentale l'organizzazione interna del messaggio.

se ci spostiamo sul contesto, parliamo di relazione referenziale.

è importante ricordare che ogni atto comunicativo contiene almeno in potenza, tutti i fatti della comunicazione e ne ( slide).....

La funzione metalinguistica è legata al codice in uso e quindi, implicitamente, al rapporto tra emittente e destinatario.

### **TRE LIVELLI O MODI DI ORGANIZZAZIONE DEI FENOMENI COMUNICATIVI, cui corrispondono tre ambiti disciplinari (Morris 1938):**

- **Sintassi:** studia l'ordinamento degli elementi della comunicazione, dei codici e delle lingue, la loro organizzazione interna, i modi della loro combinazione. se dalla sintassi possiamo alla semantica cominciamo a guardare il significato rispetto al mondo. **SCHEMA DI GIAMAST**

- **Semantica:** si occupa del rapporto fra comunicazione (lingue, codici, segni) e i suoi oggetti.

- **Pragmatica:** riguarda il rapporto fra comunicazione, interlocutori e ambiente in cui avviene (azioni che si svolgono per mezzo del linguaggio) G

### **GLI ATTI LINGUISTICI: LINGUAGGIO E/È AZIONE**

**John L. Austin (1911-1960)**

How to do things with words (1962) Due modalità fondamentali del linguaggio: -

Constatativa: descrive il mondo, si parla della realtà, si organizzano informazioni o  $1 + 1 = 2$  o Torino è il capoluogo della regione Piemonte o Oggi piove / fa bel tempo -

**Performativa:** costituisce un'azione del parlante. *I performativi sono particolari atti linguistici grazie a cui i parlanti, in determinate circostanze, riescono a compiere azioni che modificano la realtà.*

- *"La nomino Dottore/ssa in Scienze della Comunicazione"*
- *"Vi dichiaro marito e moglie"*
- *"Battezzo questa nave Queen Elizabeth"*

## ATTI LOCUTORI, ILLOCUTORI, PERLOCUTORI

Questa sua riflessione ci porta a ragionare i vari livelli dunque di azione.

Tre livelli di azione rispetto a cui possono essere studiati gli atti linguistici:

- **Atti locutori:** organizzati in maniera tale da combinare opportunamente suoni (atto fonetico), parti del discorso (atto fetido) e significati (atto retico) - Impegno nel costruire correttamente una frase in una lingua, utilizzando un determinato codice.

- **Atti illocutori:** azioni intraprese dall'emittente per il fatto di comunicare (pronomi di prima persona + un performativo) - "io chiedo se", "io ordino che", ecc. C'è una sovrapposizione. (Imporre qualcosa a qualcuno)

- **Atti perlocutori:** gli enunciati attraverso cui l'emittente cerca di far fare qualcosa al destinatario - ordini, minacce, tentativi di persuasione, ecc.

- **Alcuni atti illocutori possono essere perlocutori**, come quando un giudice impone qualcosa a qualcuno. In alcuni casi, l'atto illocutorio non è così evidente dietro a quello perlocutorio, come quando in un colloquio di lavoro si cerca di "sedurre" l'esaminatore senza essere troppo espliciti

## FELICITÀ/INFELICITÀ

Il buon esito o meno degli atti linguistici non si misura in termini di verità/falsità, bensì in termini di felicità/felicità:

- **Felicità locutoria:** le parole o i suoni sono articolati bene? Il significato è univoco?
- **Felicità illocutoria:** ci sono le condizioni (giuridiche e fattuali) affinché l'atto si realizzi? - Per comandare bisogna essere in una posizione tale da poterlo fare, per promettere bisogna disporre della cosa promessa, ecc.
- **Felicità perlocutoria:** l'effetto raggiunto sul ricevente è minore o maggiore di quello previsto? - O invece lo sia annoia invece di persuaderlo? Lo si intimidisce, invece di sollecitarlo?

## LETTURA (TESTO D'ESAME) "GLI ATTI LINGUISTICI"

John L. Austin Estratto (tradotto in italiano) da *How to do things with words* (1962)

- Individuare e comprendere le questioni principali presentate da Austin

- Rapportarle a quanto considerato sin qui

**IMPLICATURE** Implicati comunicativi -- “implicature”: ciò che intendiamo significare senza dirlo esplicitamente - “ho freddo” --- “chiuda il finestrino” - oppure con discrepanze: - “Che bella giornata!”, quando abbiamo vissuto momenti terribili - “Com’è interessante questa lezione”, in senso ironico

- **IMPORTANZA DEL CONTESTO** “Quando analizziamo una conversazione, non ci limitiamo a considerare i significati convenzionalmente iscritti nella lingua, ma cerchiamo di ricostruire le inferenze che gli interlocutori attivano, cioè i processi di manifestazione della lingua in contesto”

## LE IMPLICATURE CONVERSAZIONALI

Una delle teorie di maggior successo rispetto alla spiegazione del fenomeno degli implicati comunicativi è quella del filosofo inglese **Paul Grice (1913 – 1988)**.

Secondo **Grice**, che sviluppa la sua teoria negli anni Settanta, la comunicazione è una attività che richiede cooperazione, imponendo a chi vi è coinvolto (emittente e destinatario) di collaborare, anche nei casi di conflittualità tra i parlanti: ogni partecipante “riconosce uno scopo o un insieme di scopi comuni, o almeno un orientamento mutuamente accettato”.

**Principio di cooperazione:** “Il tuo contributo alla conversazione sia tale quale è richiesto, allo stadio in cui avviene, dallo scopo e dall’orientamento accettati nello scambio linguistico in cui sei impegnato”.

Chi è impegnato nella comunicazione deve contribuire a raggiungere il fine della comunicazione stessa.

## LE MASSIME DI GRICE

Grice declina il principio della cooperazione comunicativa in quattro massime, o norme implicite che chiunque comunichi sa di dover rispettare, se vuole realizzare un atto di comunicazione “felice”:

- 1. Massima della quantità:** “fornisci il quantitativo di informazioni che ti è richiesto, non di più, né di meno”;
- 2. Massima della qualità:** “tenta di dare un contributo che sia vero” (non dire il falso e non dire, se non hai prove adeguate).
- 3. Massima della relazione:** “sii pertinente” (dai un contributo coerente con gli argomenti della conversazione o cambia argomento legittimamente).
- 4. Massima del modo:** “sii perspicuo” (evita l’oscurità, l’ambiguità, la prolissità, il disordine).

Ogni qual volta non si seguano queste massime, la comunicazione si rivela difficoltosa e rischia di non andare a buon fine.

## LE MASSIME DI GRICE E GLI IMPLICITI COMUNICATIVI

Le massime di cooperazione consentono di spiegare i fenomeni comunicativi apparentemente incoerenti, ma che invece vengono compresi dai partecipanti:

- [guardando dalla finestra la pioggia battente] Che bella giornata!
- Questa borsa peserà una tonnellata
- Parlare con te è come parlare con un muro Questi enunciati, presi alla lettera, sono falsi:
  - Se fuori piove, non può essere una bella giornata
  - Le borse non possono pesare una tonnellata
  - I muri non parlano Apparentemente, violano la massima della qualità.

Poiché però chi li pronuncia appare cooperativo. chi li deve interpretare si domanda se gli enunciati non siano veri implicitamente, in un senso non letterale: questo, infatti, è l'unico modo per considerare cooperativo il proprio interlocutore.

LE MASSIME DI GRICE E GLI IMPLICITI COMUNICATIVI Esempi relativi alla massima della relazione :

- A: Hai da accendere? B: Mi spiace, non fumo.
- A: Mamma, posso uscire? B: Devi finire i compiti.
- A: Come è il ragazzo che hai conosciuto ieri? B: Diciamo che è un tipo interessante

Le risposte non sono pertinenti, e per questo sembrerebbero non avere senso. Poiché B dà l'impressione di voler cooperare alla comunicazione, tuttavia, A si deve chiedere come mai cambi argomento.

La risposta è che:

- B ritiene che l'averne un accendino sia una prerogativa dei fumatori.
- B ritiene fondamentale fare i compiti prima di pensare a divertirsi .
- N ritiene che il ragazzo che ha conosciuto non sia avvenente.

L'implicito, in tutti questi casi, deve colmare il divario tra la lettera della domanda e una risposta pertinente

**LE MASSIME DI GRICE E GLI IMPLICITI COMUNICATIVI: sono proprio dei principi, hanno a che vedere con la lingua.**

Esempio relativo alla massima della quantità:

- A. Cosa fai?
- B. Esco.
- A. E dove vai?
- B. Fuori.

**Le risposte di B** forniscono meno informazioni di quelle che sarebbero necessarie a rispondere in modo efficace alle domande di **A + informazioni tautologiche**.

**Lakoff 1973:**

- **“Non t’imporre” o chiedere il permesso; o uso di espressioni passive e impersonali**, es. “il pranzo è in tavola”; o Uso di termini tecnici per evitare di nominare direttamente certe cose (“copulare”, “condizioni disagiate”, ecc.)
- **“Offri delle alternative” o Uso di espressioni attenuative (“Forse ...”, “magari ...”), o eufemistiche (“Te lo dico ma non sei obbligato a credermi”)**
- **“Metti il destinatario a suo agio**. Sii amichevole” o Tu (al posto del lei, ove previsto) o Intercalari (“se ti va”, “voglio dire”, “sai”)

ancora oggi rispetto ai contesti culturali, queste variabili sono ancora discutibili.

## LINGUAGGIO E POTERE

*Una comunicazione inadeguata non solo non raggiunge i propri obiettivi, ma modifica la relazione comunicativa tra le persone.*

Soprattutto quando si comunica in modo asimmetrico (es. come succede fra esperti e inesperti), una comunicazione non attenta, non precisa, non adeguata all’interlocutore/interlocutrice può avere effetti negativi (es. ambito medico).

Il **linguaggio** offre in questo senso un grande potere, che aumenta con la maggior conoscenza linguistica di chi parla.

Chi conosce meglio il linguaggio ha un potere maggiore.

A questo proposito è molto interessante riflettere sulle norme soggiacenti all’uso del linguaggio, come fa la sociolinguistica **Vera Gheno** nell’approfondimento (video) “Immersioni felici nel fiume della lingua”. + Il linguaggio riflette determinate posizioni di potere, relazioni e ideologie.

Un caso esemplare in questo senso ha a che vedere con la dimensione di genere.

Si rifletta, a questo proposito, sul monologo di Stefano Bartezzaghi recitato da Paola Cortellesi (approfondimento video “Soltanto parole”).

