

PRODURRE IL CONTESTO

Sintesi del pensiero di P.Levy da "Le Tecnologie dell' Intelligenza".

"La circolazione delle informazioni é, spesso, solo un pretesto per stabilire e/o confermare una relazione".

- *Quando si stimola una relazione tra varie persone, nel tentativo di creare una rete orizzontale di azioni e comunicazioni si dice che "si è aperta una sessione di contingenze relazionali".*
- *Quando si propone una seconda sessione ciascun partecipante, attraverso i suoi atti, comportamenti e parole, stabilizzerà o riorienterà la propria rappresentazione di fronte a tutti gli altri protagonisti.*
- *Dal punto di vista degli esempi riportati, azione e comunicazione possono dirsi quasi sinonimi.*
- *Nella prospettiva classica dei fenomeni di comunicazione, gli interlocutori utilizzano il Contesto per interpretare i messaggi che gli vengono indirizzati.*

" Nella sua prospettiva, Levy propone l' inversione della problematica abituale ovvero pensare il CONTESTO non solo come ausilio utile per capire la comunicazione, ma come il Centro degli atti di comunicazione".

La partita a scacchi é la metafora adatta per capire la prospettiva che Levy vuol mostrarci:

- Ogni mossa mostra il modificarsi della partita ovvero fa capire meglio le strategie dei giocatori.
- Ogni mossa riorganizza il campo di battaglia secondo una serie di possibilità future.

"In un Contesto comunicazionale, ogni messaggio rimette in gioco il contesto e le possibili spiegazioni".

Il gioco della comunicazione, se così lo si può definire, consiste nel precisare, aggiustare e trasformare il Contesto che si sta condividendo con tutti gli altri partecipanti.

Il Contesto, nei casi concreti laddove si verifica, non é e non deve essere un dato stabile/rigido ma dinamico; ogni volta si rimette in gioco, essendo il risultato dell'apprendimento condiviso, un oggetto verbale, continuamente ricostruito/migliorato tramite la continua negoziazione delle tesi proposte.

Parole, frasi, lettere, segni o segnali interpretano - ognuno in modo differente - la RETE definita dai messaggi anteriori e influenzano il significato dei messaggi futuri.

- Un Contesto con queste sfaccettature lo si definisce come positivo, propositivo e creativo.
- Un altro Contesto é quello della rigidità della comunicazione che nasce da un'unica fonte o da poche.

I messaggi e i loro significati possono alterarsi (**involontariamente o volutamente**) quando si trasferiscono da un attore a un altro diverso della RETE o, anche, da un momento a un altro del processo di comunicazione.

Identità, composizione, obiettivi non-strategici delle organizzazioni devono ridefinirsi periodicamente.