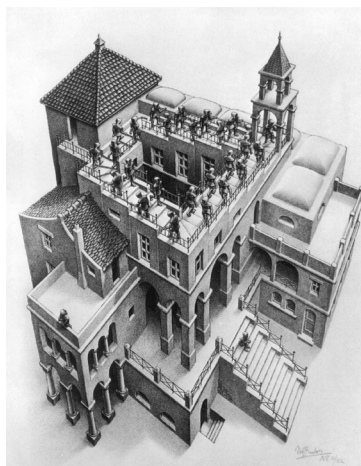


ELEMENTI SOCIOLOGICI DELLA COMUNICAZIONE NELLA SOCIETÀ POSTMODERNA

a cura di Maria Caterina Federici e Raffaele Federici

volume primo | **Elementi di Sociologia della comunicazione
nella società postmoderna***



* saggi di Maria Caterina Federici e Raffaele Federici: i. R. Federici; ii. M.C. Federici – R. Federici; iii. R. Federici; iv. M.C. Federici; v. R. Federici; vi. M.C. Federici; vii. R. Federici; viii. M.C. Federici; ix. R. Federici; x. R. Federici; xi. R. Federici; xii. R. Federici; xiii. R. Federici; xiv. R. Federici; xv. M.C. Federici – R. Federici.

isbn 88-88778-53-5

copyright © ottobre 2003 by Morlacchi Editore – Perugia

redazione: piazza Morlacchi, 2 – Perugia

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, anche ad uso interno o didattico, non autorizzata.

editore@morlacchilibri.com – www.morlacchilibri.com

Progetto grafico della copertina: Raffaele Marciano

Stampa: Selecta Group – Milano

Indice

Capitolo I	
Introduzione e considerazioni sul concetto di comunicazione nella complessità della società postmoderna ..	3
Capitolo II	
La comunicazione e la filosofia della logica organizzativa	31
Capitolo III	
Introduzione ai concetti di interazione e di scambio sociale	51
Capitolo IV	
La variabile dell'interazione fra prodotto e venditore	71
Capitolo V	
Il concetto di informazione nei sistemi tecnologici dell'informazione e della comunicazione	85
Capitolo VI	
Verso una Sociologia comunicativa	101
Capitolo VII	
L'enfasi della conoscenza	115
Capitolo VIII	
Elementi di Comunicazione d'Impresa	131
Capitolo IX	
La Comunicazione d'impresa: dall'oggetto al progetto .	151
Capitolo X	
Etica, Gestione e Appartenenza nella Comunicazione d'Impresa	177

Capitolo XI	
I sistemi di qualità e di responsabilità sociale nella Comunicazione d'impresa	195
Capitolo XII	
Il valore sociologico della marca nei processi di Comunicazione d'impresa	209
Capitolo XIII	
<i>Blog</i> , Interazione e Comunicazione postmoderna	231
Capitolo XIV	
Considerazioni sul cinema e la comunicazione postmoderna	257
Cap. XV	
Flussi comunicativi e cultura della salute	269

Elementi di Sociologia della comunicazione nella società postmoderna*

* saggi di Maria Caterina Federici e Raffaele Federici: i. R. Federici; ii. M.C. Federici – R. Federici; iii. R. Federici; iv. M.C. Federici; v. R. Federici; vi. M.C. Federici; vii. R. Federici; viii. M.C. Federici; ix. R. Federici; x. R. Federici; xi. R. Federici; xii. R. Federici; xiii. R. Federici; xiv. R. Federici; xv. M.C. Federici – R. Federici.

Capitolo I

Introduzione e considerazioni sul concetto di comunicazione nella complessità della società postmoderna

«È difficile comunicare nella comunicazione»

Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin, *Pragmatics of Human Communication. A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*, 1967.

Situati al crocevia di molte discipline, i processi afferenti la comunicazione hanno da sempre suscitato l'interesse di scienze diverse, dalla filosofia alle scienze politiche, dalla biologia all'economia, dalla sociologia alla cibernetica, dalle scienze cognitive alle nuove tecnologie, dal diritto alla medicina.

Tutto e tutti comunicano e, in questo ambito, la comunicazione è sempre costruzione di qualcosa, che prima non c'era e che subentra a qualcosa che, invece, prima c'era e che, da quel momento in poi verrà radicalmente trasformato.

L'origine degli studi nella comunicazione sono legati, come nella sociologia, all'affermarsi, nel mondo occidentale, della supremazia della civiltà urbana su quella contadina, ed al passaggio da una economia di sussistenza a quella mercantile, fino ad una civiltà di tipo industriale. L'accelerazione delle dinamiche sociali, soprattutto a partire dal ventesimo secolo, ha ulteriormente accentuato l'importanza della base informativa, sempre di più un sistema in stretta

relazione con l'azione ⁽¹⁾; in particolare uno studio sulla comunicazione nella post-modernità stabilisce un legame fondamentale con la teoria ontologica.

In questo divenire, il nodo della comunicazione si è sviluppato in una logica qualche volta mimetica e, comunque, articolata, soprattutto alla luce del fenomeno della diffusione dei sistemi e mezzi di comunicazione, oltre che della conoscenza e dell'informazione *tout court*. In questa direzione, uno dei fenomeni più evidenti del mondo della comunicazione attuale consiste nella sua fusione con il divenire storico della società; i mezzi di comunicazione sembrano aver stabilito una loro relazione spazio temporale nella società, rendendo il gioco epistemologico complesso. Il parallelo fra comunicazione e storia diventa un problema di fondamentale importanza per la sociologia; dalle sue origini moderne, da Comte o da Hegel, la sociologia si è caratterizzata in una capacità riflessiva nell'evidenziare il principio teleologico di sviluppo storico delle forme della società. Nelle scienze umane contemporanee, soprattutto a partire dalle osservazioni di John Dewey ⁽²⁾ si è cercato di comprendere i meccanismi alla base dei rapporti sociali, in altri termini: la comunicazione; la logica di sviluppo della socialità, e dunque della società, risponde allo sviluppo delle pratiche afferenti la comunicazione. Tale pragmatismo concettuale ha, probabilmente, costituito la base teorica della comunicazione nella postmodernità. L'avvento della società dell'informazione segna una cesura profonda fra la società industriale classica e la post-modernità che si afferma. Nella nostra epoca l'uomo ha costruito una vera apologia della comunicazione, rendendo così vasto e com-

plesso il campo di analisi. Infatti, allorché si analizzi il fenomeno comunicativo ci si imbatte immediatamente, come indicato in epigrafe, nella difficoltà della definizione del proprio oggetto di studio.

L'atto del comunicare indica sempre un passaggio, una trasmissione ed un rapporto, una costruzione. In questa direzione è possibile cogliere il senso della costruzione nel verbo *munio, ire* e nella parola *moenia*, le mura. Il verbo latino *munire*, infatti, come nella lingua italiana, significa provvedere qualcosa o qualcuno e poi, più genericamente, passò ad indicare il costruire le mura. *Munire*, nella lingua latina, può voler indicare anche l'azione di aprirsi un varco nel muro o nella roccia. Difendersi ed offendere, prevenire un attacco o portarne uno, costruire e distruggere, i sensi che dall'alba dell'umanità, si inseguono sempre da vicino. Costruire e distruggere, caratterizzano l'agire.

Già Ovidio, nel terzo libro delle *Metamorfosi* ⁽³⁾, aveva individuato nell'essenza della comunicazione come irriducibilità del conflitto, nella favola, nota con i nomi dei due protagonisti, Eco e Narciso. In realtà, quando si parla di comunicazione, generalmente, si è portati a concepire la comunicazione come un processo di esteriorizzazione a partire da un intero che palesa o espone i propri contenuti. La comunicazione assume, quindi, il valore di emissione, di costruzione, quale termine *a quo*, ed un altro essere, il ricevente, quale termine *ad quem* del processo. È appunto in questa direzione il modo di intendere la comunicazione, collegando con una concezione dell'essere, con una certa ontologia.

Generalmente, teoria della comunicazione ed ontologia sono fra di loro strettamente connesse; ogni teoria della comunicazione, comunque concepita, a prescindere dal fatto che resti implicita ha la sua ontologia e, viceversa, ogni ontologia ha la sua teoria della comunicazione, anche se non è resa esplicita. Indipendentemente dalle diverse teorie sociologiche, quando s'indaga nella comunicazione si fa strada una concezione del rapporto comunicazione/essere che potrebbe essere racchiusa in un enunciato che la comunicazione è essere. Questo concetto può però essere anche rovesciato come l'essere è comunicazione. A differenza della prima considerazione, comunicare è essere, che rientra in ciò che è di competenza della teoria della comunicazione, il secondo enunciato, essere è comunicazione, appartiene all'ontologia generale. In questa direzione è possibile individuare la connessione che intercorre fra la teoria della comunicazione e l'ontologia. Che la comunicazione sia essere e che l'essere che comunica sia comunicazione è quanto risulta dai principali settori della conoscenza, della scienza e dell'economia. Nel piano dell'indagine scientifica assume una particolare rilevanza quel complesso di discipline che si occupano della comunicazione in quanto interessate allo studio del mondo organico nei suoi diversi aspetti e che può essere raccolto nel mondo della biosemiotica (4).

In questa sfera dell'indagine scientifica vita biologica e comunicazione vengono ad identificarsi; non solo la condizione di vita, ma anche il criterio della sua identificazione è comunicazione, essere vivente in quanto essere comunicante. Vita come semiosi, cioè processo in cui ci sono

segni, segni di vita appunto. La comunicazione non è, quindi, solo un fatto di esternazione dell'essere vivente, ma è l'essere vivente stesso. In questo contesto, comunicare è essere e essere è comunicare; comunicare è persistere con il proprio essere, conservazione dell'essere, confermarsi come essere, *conatus essendi*.

Per quanto riguarda il mondo dell'economia, la comunicazione si identifica come essere e persistenza dell'essere. In economia non si parla di biosemiosi o di zoosemiosi a cui l'uomo evidentemente appartiene, ma in un contesto storico sociale. L'essere umano non è solo semiosico, come ogni essere vivente in quanto comunicante, ma anche semiotico, capace di semiotica, vale a dire di meta-semiosi, di riflessione e di coscienza. Il linguaggio, caratteristica dell'uomo, ha reso possibile l'evoluzione fino ad oggi, una evoluzione di animale semiotico e, dunque, evoluzione non solo biologica, ma anche storico sociale.

Nell'attuale fase tardo-capitalistica e nello sviluppo della società dell'informazione, si conferma, nelle sue linee essenziali, l'identificazione essere-comunicazione. «Il processo di internazionalizzazione della comunicazione ha una lunga storia: basti pensare a come il cinema americano abbia conquistato i mercati di tutto il mondo nella prima metà del ventesimo secolo» (5). La mondializzazione della comunicazione e dei mercati, la comunicazione da fatto intermedio nel ciclo produttivo, in termini di produzione, scambio e consumo, è diventata modalità costitutiva della produzione e del consumo. Non solo lo scambio è comunicazione, ma anche la produzione è comunicazione, così come lo è anche il consumo. Più in generale, la riproduzione-

ne sociale ed i processi di socializzazione, per i quali la società umana riproduce se stessa, si realizza attraverso la possibilità di evasione dell'essere comunicazione fissato da una forma sociale determinata. Nella riproduzione sociale, la coincidenza comunicazione ed essere, coincidenza che caratterizza la vita, l'essere vivente, l'essere comunicazione, è superata in quanto si tratta della riproduzione dell'animale socio-semiotico, quello cioè in grado di rapporti di valutazione, ma di presa di coscienza, di responsabilità, di progettazione dei rapporti di comunicazione, cioè di fuoriuscita dell'essere comunicazione.

La sorprendente vitalità dei sistemi economici e dei modelli sociali contemporanei, alla luce delle considerazioni nella capacità progettuale dei rapporti di comunicazione, è un punto di partenza dell'analisi delle post-moderne teorie afferenti la comunicazione ed i sistemi di comunicazione. In realtà, per quanto riguarda la comunicazione, si può affermare che non esiste una scienza unitaria, poiché non esiste una sola idea di comunicazione, bensì tante idee quante sono le derivazioni scientifiche e culturali in vario modo implicate nell'analisi. Pertanto, l'oggetto empirico rimane confuso entro un arco piuttosto variabile che spazia dalla onnicomprensività del paradigma informazionale, che comprende ad esempio gli scambi fra macchine, alla selettività del paradigma relazionale, che considera pienamente comunicativa soltanto quel processo in cui si raggiunga la formulazione di un'unità sociale a partire dai singoli individui, oppure il paradigma dei sistemi di comunicazione, nell'ipotesi di una società quale sistema integrato di elementi, basato sui processi di comunicazione ⁽⁶⁾. Tale com-

plexità sembra potere essere in qualche modo confermata, anche nel contesto dell'evoluzione semantica del termine comunicazione.

Il termine comunicazione assume tradizionalmente, due significati principali, e in entrambi i casi si mette l'accento sulla creazione di un qualche tipo di comunanza fra persone.

Il primo è di origine senz'altro più antica e fondamentale, ed è quello legato al mettere in comune gli oggetti, non le idee o i pensieri delle persone, o al partecipare insieme a un evento. È un significato che si richiama a strutture sociali comunitarie. Solo secondariamente, e come metafora del primo, appare il significato di rendere comuni idee e pensieri, più vicino al concetto odierno di comunicazione, il cui riferimento non è più la comunità intesa come dato scontato, ma gli individui come interlocutori pensati isolatamente. Se si guarda alla storia della parola a partire dalla sua derivazione latina, si nota che il secondo significato ha acquisito, con l'andar del tempo, una sempre maggiore importanza, fino a diventare il significato primario.

Comunicare deriva, infatti, dal latino, dall'aggettivo *communis*, comune, che appartiene a parecchi, ma anche affabile e cortese e, sostantivato, comunità, nazione, bene comune.

Il primo significato di comunicare è, appunto, mettere in comune qualche cosa e poi accomunare, dividere cose tra persone, fare o essere partecipe di, prender parte a, condividere. C'è sempre un accento sull'esistenza o sulla produzione di una comunanza fra persone. La base di tutto ciò era la *communitas*, ovvero la condizione comune dei mem-

bri di una comunità, data per scontata e connotata positivamente: *communitas* significa, infatti, anche socievolezza, affabilità. La comunanza poi è riferita prima di tutto a oggetti e solo secondariamente ad eventi o a comunicazioni, e questo è degno di nota per chi voglia fare ipotesi sull'origine del modo di intendere la comunicazione come trasmissione o trasferimento di informazioni.

I verbi latini *transmittere* e *transferire*, da cui hanno evidentemente origine i nostri trasmettere e trasferire, si riferiscono prima di tutto proprio allo spostamento da qui a là di oggetti. Solo il secondo significato di *communicare* (abboccarsi, consigliarsi con uno e anche aver rapporti) ha a che fare con una comunicazione in un senso più simile al nostro, e precisamente con la conversazione. Ancora in epoca paleocristiana e medioevale, prevale ancora il significato legato al mettere in comune e alla vita di comunità. Il termine *communicare* assume qui anche un preciso significato rituale, quello di avvicinarsi all'altare per prendere la comunione.

Durante l'epoca moderna, lo sviluppo dapprima dei mezzi di trasporto di persone e cose, e poi di mezzi di trasmissione delle informazioni, apre nuove possibilità per la comunanza tra persone. Di conseguenza, i nuovi mezzi assumono una connotazione comunicativa: si parla così di mezzi di comunicazione e vie di comunicazione. Il riferimento originario alla comunanza permane ancora oggi, ma non più tanto nel senso di mettere in comune gli oggetti, quanto le idee ed i pensieri.

Argomentare il termine comunicazione tramite la rielaborazione fatta da Shannon e Weaver ⁽⁷⁾ dello schema di