

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Mauro Miccio

ASCOLTARE IL SILENZIO

Manuale di sociologia
della comunicazione

FRANCOANGELI



Grafica della copertina: Elena Pellegrini

In copertina: Francesco Cangiullo, Parolibera, 1914.

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

1. La teoria della comunicazione	pag.	7
1.1 Il silenzio e i suoi significati	»	7
1.2 Melting pot o salad bowl?	»	12
1.3 L'impianto teorico	»	17
La teoria ipodermica	»	17
La teoria dell'approccio empirico-sperimentale	»	18
La teoria derivante dalla ricerca empirica su campo	»	21
La teoria funzionalista	»	22
La teoria critica dei media	»	25
La teoria culturlogica	»	27
I "cultural studies"	»	28
Le teorie comunicative	»	28
1.4 Identità e società	»	30
1.5 Le interpretazioni dell'identità	»	35
1.6 La condivisione della comunicazione	»	42
1.7 L'agenda setting	»	44
2. Comunicare la crisi	»	49
2.1 Krisis	»	49
2.2 La comunicazione aziendale e le possibili cause della crisi	»	53
2.3 Le strategie e le tecniche di risposta	»	56
2.4 Case History: la crisi e la Protezione Civile	»	63
Il disastro nell'era della globalizzazione	»	64
La comunicazione in situazione di disastro	»	66
La Protezione Civile Italiana	»	72
L'Aquila 2009, Haiti 2010	»	73

3. Strumenti e mezzi della comunicazione	pag.	76
3.1 Dai mass media alla multimedialità: la parabola della comunicazione	»	76
3.2 L'ufficio stampa	»	80
Il comunicato e gli altri strumento dell'addetto stampa	»	84
L'ufficio stampa nell'era del web 2.0	»	90
3.3 Dalla rassegna stampa alla Web Reputation	»	96
Gestire la reputazione	»	98
Monitorare e analizzare il web	»	99
3.4 La comunicazione di lobbying	»	103
Nascita ed evoluzione della lobby	»	106
La figura e le strategie del lobbista	»	107
Il contesto europeo	»	117
3.5 L'effetto Nimby	»	120
3.6 Il linguaggio pubblicitario dagli anni Ottanta al buzz marketing	»	124
4. I target della comunicazione	»	131
4.1 La comunicazione aziendale	»	131
La "funzione comunicazione"	»	135
4.2 La comunicazione interna	»	136
Comunicazione interna e obiettivi aziendali	»	144
La motivazione e il coinvolgimento del personale	»	146
I pubblici della comunicazione interna	»	149
Le ricerche di clima e le analisi per la comunicazione interna	»	150
Gli strumenti della comunicazione interna	»	153
La comunicazione interna e la Pubblica Amministrazione	»	159
4.3 La comunicazione finanziaria	»	162
Le informazioni privilegiate e il ruolo dei media	»	163
Pubblici di riferimento e comunicati price sensitive	»	170
4.4 Considerazioni finali	»	179
Riferimenti bibliografici	»	183

1. La teoria della comunicazione

1.1 Il silenzio e i suoi significati

“Per le cose profonde a che serve la parola?”, scrive Edgar Lee Masters in una delle poesie di Spoon River. Certamente fin dai retori dell’antichità il silenzio ha una funzione linguistica non marginale. Un bravo oratore non solo deve saper parlare per persuadere, ma anche saper tacere. Anche il silenzio, infatti, è messaggio. D’altra parte la definizione classica di comunicazione individua un soggetto emittente, un soggetto ricevente, un messaggio che attraverso un canale (mezzo) passa dall’emittente al ricevente in un determinato ambiente e contesto. Comunque il processo ha bisogno, per essere completo, di una reazione, anche silente, di un qualcosa che provenga dal ricevente: possiamo dire che il silenzio è una pausa significativa nel processo comunicazionale. Consente di ascoltare. L’ascolto è l’elemento più importante nello scambio comunicazionale, vero “file recorder” del Logos, stanza di compensazione tra le “emergenze” quotidiane, le identità messe in discussione e le risposte comunicazionali alla complessità. Saper ascoltare consente di mettere insieme i dati necessari a poter comunicare.

Occorre distinguere il silenzio come condizione dal silenzio come reazione. Allo stesso modo dobbiamo considerare il silenzio come questione ambientale e il silenzio come questione metafisica. Il silenzio non è un fattore di isolamento, semmai è parte del nostro dialogo con il mondo circostante.

Rumore e silenzio convivono in uno stato di perenne conflitto. La capacità di pensare, riflettere, creare, pregare dipende in larga misura dalla possibilità di avere accesso al silenzio; mentre il rumore consente di trattenere l’attenzione e come accade con la musica forte e ritmata di alcuni negozi di favorire il consumo. Nella musica il silenzio è condizione per qualsiasi

componimento. John Cage in "4'33" fa ascoltare per il tempo che corrisponde significativamente al titolo il silenzio. Ma sempre la musica è organizzazione del silenzio tanto quanto del suono. Nell'arte in genere è un momento di straordinaria rilevanza: nella pittura si evidenzia per esempio nei quadri monocromi di Rodchenko del 1921 (*Puro Color Rosso, Giallo e Blu*). Nel teatro il silenzio può essere più espressivo della comunicazione verbale: in *Respiro* di Beckett il silenzio invita a riflettere. È un'arma retorica carica di significato al pari delle parole, ma più bisognosa di interpretazione. Nella letteratura e nella poesia ha un ruolo nell'attingere ai pensieri più intimi. Nella poesia, in particolare, richiama il divino, la morte, l'ignoto: per Hopkins (*Abito di Perfezione, 1866*) il silenzio eletto è la base della sua formazione spirituale, per il ripudio dei sensi e una rigida disciplina del corpo, è un cammino che porta a sperimentare la perfezione di Dio; per Keats (*Ode su un'Urna Greca, 1819*) è ciò che spinge l'immaginazione a vagare indisturbata. Nei film di Bergman il silenzio è il silenzio di Dio: nel *Settimo Sigillo* (1956) il cavaliere domanda: "È davvero così inconcepibile afferrare Dio coi sensi?" E la Morte non risponde.

Il silenzio ha una storia culturale antica, è un elemento significativo in molte pratiche religiose: viene identificato con la divinità.

Da oltre 300 anni le assemblee di quaccheri si riuniscono in un culto silenzioso, dal momento che parlare è un'attività "carnale"; i monaci trappisti fanno voto di silenzio per allontanarsi dalle tentazioni del mondo. Thomas Merton, monaco trappista e scrittore statunitense (*The Journals*) esprime la dialettica tra silenzio e parola. Il silenzio è amore di Dio e amore della parola ed è quindi una presenza viva. "Il canone della messa dovrebbe emergere dal silenzio con un potere e una gravidanza infiniti".

Il silenzio è capace di amplificare il potere e l'effetto della parola divina. Secondo Rilke (*Il Libro d'Ore, 1899-1903*) "è possibile trovare Dio soltanto quando si riesce a superare il rumore della vita quotidiana, trovando il silenzio interiore. Dio è una presenza silenziosa, cui esprimere gratitudine con una vita di preghiera e di meditazione".

Anche gli amish incoraggiano a coltivare il silenzio nella vita quotidiana, mettendo al bando l'uso delle tecnologie che producono rumore. Secondo Monica Furlong in *Contemplating Now* (1971) "senza la contemplazione l'uomo smette di sentirsi radicato, e senza radici non possono esserci tranquillità, sicurezza e crescita", mentre la modernità ci impone di essere sempre attivi e affaccendati, in una spirale che alimenta lo stress. Il silenzio è spesso identificato con la morte e comunque con la solitudine, due dimensioni che nella nostra cultura generano paura.

Il silenzio è imprescindibile anche per il Buddhismo: si raggiunge uno stato di assenza del sé che porta a uno stato meditativo, a un senso di tran-

quillità. Nell'opera di Nagarjuna, eminente pensatore della scuola Madhyamika, attiva dal II secolo d.c. si legge (*Averting the arguments*, 1967): "in presenza di questioni metafisiche non c'è mai contrapposizione (o questo o quello) ma soltanto inclusione (sia questo sia quello), per cui si rifiuta la scelta affidandosi al silenzio, che non è un silenzio "morto", bensì serve per allontanare il mondo e le sue rumorose distrazioni".

Per Panikkar (*Il silenzio di Dio. La risposta del Buddha*) l'epigrafe del saggio riassume il significato del silenzio per i buddhisti: "Perché il silenzio sia risposta, una richiesta silente lo deve precedere. Ma ogni richiesta silente custodisce nel silenzio la stessa domanda". Non c'è nulla che il Buddha possa dire perché non è possibile raggiungere una conclusione sulla divinità, la sua natura e le sue finalità. Non si tratta di ateismo, non vi è alcuna negazione di Dio. Il silenzio non fa paura; al contrario, ciò che viene richiesto è proprio il silenzio del pensiero, ovviamente. Nel Buddhismo Zen il silenzio è un segno, un "dire" di per sé. Per Huang Po (grande maestro cinese del IX secolo d.c.) "la parola e il silenzio sono un tutt'uno, non c'è tra loro alcuna distinzione". Ritorna così il concetto di silenzio vivo.

Vocabolo di origine greca, *Si'lentsjo*, significa assenza di suoni e rumori, il tacere. Il termine ha in sé una valenza ideologica importante. Viene utilizzato per indicare una quantità di sentimenti e situazioni a cui a volte non si dà il giusto peso. L'esistenza è caratterizzata dalla capacità dell'uomo di andare oltre se stesso, di aprirsi al mondo e alla natura che dell'assenza di parola fa la sua regola. Heidegger¹ in *Essere e tempo* afferma che chi tace può far capire, cioè promuovere la comprensione, più autenticamente di chi non finisce mai di parlare.

Difatti non sono i fiumi di parole che rendono più chiaro un concetto, tanto meno che lo rendono più facile da udire. Sussiste un legame intrinseco tra silenzio e parola. Non esiste l'uno senza l'altra, ed è l'uno a rendere possibile l'altra. Solo una parola che "esce" dal silenzio è vera parola. Il silenzio è lo spazio che attraversano le parole, è in esso che risuonano. Il silenzio è l'ascesi della parola. "Un risuonare della parola autentica - ha affermato Heidegger - può scaturire solo dal silenzio".

La continua ricerca di esperienze è spinta dalla curiosità e la curiosità, ormai predominante, non si prende cura di vedere per comprendere ciò che si vede, ma si prende cura solamente di vedere. L'essere si chiude in se stesso non in una "solitudine autentica", quella di cui ha bisogno la nostra

¹ M. Heidegger (Meßkirch, 26 settembre 1889 – Friburgo in Brisgovia, 26 maggio 1976) è stato un filosofo tedesco.

anima (come ci ricorda Sant'Agostino²), ma in una "solitudine rumorosa". L'uomo moderno è continuamente immerso nella folla, non sa più stare da solo e tenta di affogare il proprio sgomento immergendosi in rumori di ogni sorta. Conosce solo silenzi di noia e di angoscia, silenzi per difetto, diceva Sartre³ "si trova solo, girovagano per questo silenzio mostruoso, libero e solo", vive con la nostalgia e, nel contempo, con la paura del silenzio, riducendolo così a un'appendice del rumore.

Nelle stesse situazioni rituali in cui, per tradizione, il silenzio viene considerato una forma di rispetto collettivo, ad esempio osservare alcuni minuti di silenzio e raccoglimento durante la commemorazione di persone defunte, o nel momento della preghiera, adesso ci si alza in piedi e si applaude. Assume un particolare valore e importanza in campo militare, tanto da dare il nome alla melodia commemorativa per l'esercito, suonata in tutto il mondo. Il "silenzio" in questo caso unisce un intero gruppo in un medesimo gesto e sentimento di commiato e di rispetto.

In ambito religioso la pratica del silenzio, inteso non solo come astensione dalla parola, ma anche come tentativo per ridurre la quantità di pensieri, placare l'attività frenetica della mente e trovare così il silenzio interiore, viene considerata una forma di disciplina spirituale. Questo avviene particolarmente nelle religioni orientali: ad esempio, nel contesto induista, il silenzio è una delle forme di sadhana, il percorso per raggiungere il Nirvana. Nelle regole religiose cristiane, in particolare di clausura, il silenzio è uno dei vincoli obbligatori della vita comunitaria, assolutamente necessaria per il ricongiungimento con Dio.

Il silenzio è la sede della Parola di Dio. "Dio ha creato l'anima tua silenziosa; nel battesimo, in un silenzio inviolato. La colmò di Se stesso, solo di lui. Dopo, poco a poco, il mondo vi fece la sua irruzione. Fu invasa dal chiacchierio che coprì la voce di Dio, e in seguito vi regnò il baccano. Fratello mio, ritorna al silenzio battesimale!⁴". Per il monaco è fondamentale divenire silenzio nell'ascolto del silenzio affinché la voce della coscienza possa riportare l'uomo alla sua essenza, la stessa donatagli da Dio. Non si tratta dunque di cogliere le parole "umane" ma "il grande silenzio" della parola divina.

Quando, nell'ormai lontano 1993, si sviluppò nel Parlamento italiano un lungo dibattito all'interno della Commissione Aniasi per migliorare la comunicazione del Parlamento e la conoscenza del lavoro dei nostri deputati e

² S. Agostino, *Commento al vangelo di San Giovanni*, Città Nuova, Roma, 1968.

³ J. P. Sartre, *L'essere e il nulla*, Il Saggiatore, Milano, 1960.

⁴ C. Moro, *Le porte del silenzio*, Directorio Spirituale, Ancona, 1976.

senatori, lo sforzo fu concentrato sempre sui mezzi e non sul processo e i suoi destinatari. Tanto è vero che ai resoconti parlamentari in forma sintetica o integrale si affiancarono appuntamenti televisivi dei servizi parlamentari della Rai e si arrivò infine all'istituzione di un canale dedicato, sia televisivo sia radiofonico, sempre della Rai, seguita dalle inevitabili polemiche politiche sull'utilità di tali mezzi, poiché un altro canale già rendeva questo servizio (Radio Radicale). Nessuna riflessione seria fu fatta su come presentare quelle informazioni al pubblico di riferimento, in base all'interesse reale per i contenuti trasmessi, partendo dalle reazioni possibili, spesso totalmente assenti, dei cittadini, fondamentali destinatari di tale sforzo organizzativo ed economico. Non c'è mai stata un'analisi dell'ambiente nel quale tali canali dovevano operare: poca comunicazione a fronte di tanta informazione. Non consideriamo, infine, le varie interpretazioni extra-parlamentari su ruolo e impegno degli eletti presso il cittadino medio che però dimostrano, *a contrariis*, la scarsa efficacia di quanto fatto.

Ma torniamo al nostro silenzio. È evidente che il ricevente può non rispondere per disaccordo, ma il valore che il silenzio oggi ha assunto è ancora più forte. C'è in quello spazio-vuoto, breve o lungo che sia, la possibilità di ragionare, di introiettare quanto arriva dall'esterno, ambiente compreso. Assume, perciò, grande rilievo nella complessità socio-economica del nostro tempo l'ascolto. Direi che è l'elemento più importante nello scambio tra emittente e ricevente, nel trasferimento del messaggio. Ci consente di capire meglio chi è il nostro interlocutore, di interpretare quanto sta accadendo. Saper ascoltare consente di mettere insieme i dati che noi dobbiamo avere prima di attivare qualunque processo di comunicazione. Quando Gesù arrivava a casa di Marta e Maria, la prima correva a sistemare la tavola e a preparare la cena, emozionata e un po' preoccupata di fare bella figura con l'Ospite; la sorella Maria, invece, rimaneva seduta ad ascoltarlo. Marta, sempre più preoccupata, chiese a Gesù di rimproverarla perché non la stava aiutando in quella circostanza, ma egli la bloccò dicendo: «Maria ha scelto la parte migliore che non le sarà tolta» (Luca 10,18). La parte migliore: l'ascolto della Parola. In pratica tutta la vita di un buon comunicatore deve esser per tre quarti dedicata a capire, prima di elaborare una sintesi anche tra messaggi contrastanti, per attivare un processo di comunicazione significativa, interpretando una realtà che sembra opporsi a ogni volontà di dialogo.

Tra i filosofi il concetto di silenzio è stato sempre oggetto di analisi e studio. Nella filosofia il silenzio diventa parte della retorica, una tecnica per chiarire la natura del problema, anziché una condizione di consapevolezza o beatitudine superiori come per la religione. L'espressione non può funzionare se non all'interno di una combinazione di silenzi. Per Wittgenstein (*Tractatus Logico-Philosophicus*, 1921) “su tutto ciò di cui non si può par-

lare si deve tacere”. Secondo Jacques Derrida (*How to avoid speaking: Denials*, 1989) “il metodo della decostruzione consiste nell’amplificare la digressione per dimostrare che non si può mai raggiungere una piena comprensione, perché il significato ultimo delle cose è destinato a sfuggire. Quel che si cerca di dire è letteralmente indicibile. Questo è il silenzio critico, che appare come l’unico risultato logico”. Per Lyotard (*La Condizione Postmoderna*, 1985) ciò che trascende il linguaggio e la comprensione è “irrappresentabile” e bisogna astenersi dal rappresentarlo. Kant (*Critica della Ragion Pura*, 1781) distingue fra fenomeno e noumeno, ossia il dominio delle cose in sé, che come tale si trova al di là della nostra comprensione. Su questo possiamo solo teorizzare. Husserl (*Idee per una Fenomenologia Pura e per una Filosofia Fenomenologica*, 1913) utilizza il metodo della sospensione del giudizio in presenza di discussioni volte a trovare un fondamento. Possiamo solo postulare una tesi generale sul mondo. Secondo Dauenhauer (*Silence, the Phenomenon and its Ontological Significance*, 1980) “il discorso umano è inconcepibile senza il silenzio. Esiste un legame essenziale tra silenzio e le “espressioni”, ossia tutti gli usi spontanei di qualsiasi tipo di linguaggio. E’ il discorso ad emergere dal silenzio e non il contrario”.

Secondo Harold Pinter, che filosofo non è, ma che coglie l’essenza del tema, “ci sono due tipi di silenzio: uno nel quale non viene proferita parola; un altro nel quale si fa ricorso ad un fiume di parole”. Saper ascoltare consente di mettere insieme i dati necessari a poter comunicare. Interessante, infine, la classificazione che opera J. Vernon Jensen (*Communicative Functions of Silence*, 1973). Nel processo comunicativo, secondo lui, il silenzio svolge cinque distinte funzioni: una funzione connettiva, che serve a unire o a separare un gruppo, una funzione emotiva, che può confortare o al contrario ferire, una funzione rivelativa, che palesa o nasconde l’informazione, una funzione giudicativa, che consente di esprimere consenso o disaccordo su una questione, e una funzione attivatrice, in grado di stimolare, o meno, il pensiero.

1.2 Melting pot o salad bowl?

L’uso della comunicazione come soluzione dei conflitti all’interno della società si presta a molteplici scenari: nel nostro sistema multiculturale, essa è entrata prepotentemente nei dibattiti inerenti l’immigrazione e il relativo problema dell’integrazione.

Impossibile non pensare immediatamente alla cronaca internazionale, a Parigi, alle banlieues, ai beur, al modello di integrazione sociale francese

che sta andando in frantumi. Incosciente sarebbe ridurre la questione del disagio urbano a fenomeno tipico delle grandi metropoli. Consolatorio interpretare fatti come quelli solo in chiave economicistica. Pericoloso parlare di rivolta a sfondo etnico, religioso o culturale. Perché i fuochi accesi a Cliché-SousBois non divampano nella francese e multietnica Marsiglia? Perché non contagiano Corviale a Roma o il quartiere Zen a Palermo? Perché chi ha incendiato le auto a Rotterdam o preso di mira due concessionarie ad Atene ha parlato di “solidarietà” con i beur francesi piuttosto che dell’inizio di una rivolta in patria?

Le risposte sono racchiuse nell’unicità dello sviluppo socio-urbano di Parigi. E la chiave, innanzitutto, sta nel rapporto tra la pianificazione e progettazione del territorio e il senso di appartenenza, tra il luogo e l’identità. Parigi: la capitale francese ‘vanta’ 12 milioni di abitanti e un anello stradale che spacca il cuore della città - dove vivono 2 milioni di persone - da un tessuto urbano sviluppato senza soluzione di continuità - dove abitano i restanti 10 milioni di ‘parigini’. Ma si tratta di cittadini di serie B, perché è in questo reticolo di città che si incontrano i luoghi della *disintegrazione sociale*, dove il processo di assimilazione “alla francese” non ha funzionato, dove è debolissimo il senso di appartenenza nazionale e dove, soprattutto i giovani, finiscono per identificarsi col proprio quartiere, magari malfamato.

La banlieu di Parigi è forse uno dei pochi casi europei nei quali la periferia sociale corrisponde ancora all’ultima cintura edilizia prima della campagna, producendo un’identità urbana distorta e un tessuto antropologico dalle trame fragili. In Italia non è così: la periferia, il degrado, la povertà, l’assenza di servizi, sono un “arcipelago” e non una “cintura”. Arrivano ovunque: negli edifici sfitti del centro, nei parchi, nelle fabbriche dismesse, attorno alle nostre centralissime stazioni ferroviarie. In Italia, come in gran parte d’Europa, la periferia è una condizione mobile, un’etichetta applicabile a realtà cittadine più o meno centrali nella geografia urbana delle metropoli.

Ma in Francia è diverso. Nessun paese europeo registra una percentuale più elevata di discendenti di immigrati: quasi 7 milioni secondo le ultime stime, ovvero il 10% della popolazione. Allo stesso tempo la Francia rappresenta in Europa l’estremo tentativo di assimilazione. Nessuna altra nazione ha dimostrato tanto aggressiva rigidità nel bandire il velo islamico, le croci e il kipà; nessuno stato ha fatto minori concessioni alla diversità culturale.

Come osserva Alain Duhamel nel suo saggio *Le desarroi français*, “l’unica comunità che la Francia riconosce è la comunità nazionale”. In sostanza siamo di fronte all’applicazione del modello di integrazione sociale, di stampo nordamericano, basato sul principio di *melting pot*, sulla omogeneizzazione graduale delle differenti componenti culturali presenti in una società. L’idea di fondere le diverse identità culturali presenti su un territo-

rio nella comune cornice dei valori nazionali è generosa, ma non ha funzionato. Né in America, né in Francia.

È vero che in molti dei complessi edilizi popolari che hanno parlato con il fuoco delle auto bruciate il tasso di disoccupazione tocca il 40% e l'età media degli incendiari è sotto i trent'anni. Ma quello che lamentano è la loro cultura originaria ignorata nei corsi scolastici, la discriminazione subita nelle politiche di abitazione come nel lavoro. Il messaggio è chiaro: non basta un passaporto a fare nazionalità. È l'esclusione sociale la piaga dei *cas-seurs*. La partecipazione piena alla vita sociale del paese la vera richiesta.

Inutile a questo punto dare la caccia al mostro, stabilire se siano più colpevoli gli architetti che hanno progettato i quartieri-dormitorio, i promotori della *società monoculturale* o la televisione che porta nelle case delle periferie un mondo contraffatto alimentando i sogni dei "borgatari". È necessario invece ripensare il sistema di partecipazione sociale, partendo dalla ridefinizione di cittadinanza e seguendo un percorso *inclusivo*.

Perché la periferia italiana non brucia? Eppure il degrado colpisce anche le nostre metropoli. Perché Marsiglia non brucia? Eppure conta un immigrato ogni otto abitanti. È una questione di identità. A Roma, a Milano o a Napoli, persino chi abita le realtà degradate ha un rapporto di identità con la città. Al Laurentino si sentono romani, come a Corviale o a Tor Bella Monaca. Così a Scampia o a Secondigliano sono napoletani e allo Zen parlermitani. Corviale non brucia perché nel cuore di una città-edificio lunga un chilometro, senza negozi e senza servizi i laboratori e le officine introdotte da giovani artisti hanno creato un senso di appartenenza, seppur nella difficoltà.

A Marsiglia, come a Parigi, la radiografia sociale è complicata: centomila immigrati su ottocentomila marsigliesi, due abitanti su dieci vivono sotto la soglia della povertà, i disoccupati sono quarantamila e cinquantamila i percettori di salario minimo. Ma in questa città, che rappresenta la storica porta d'ingresso del paese, si contano migliaia di associazioni e circoli culturali, e gli immigrati dei quartieri popolari sentono di vivere in un mondo a parte, ma marsigliesi pur nella loro appartenenza a etnie e culture diverse.

Dal punto di vista urbano, integrare le diverse aree della città in un progetto metropolitano unitario è necessario, ma non sufficiente. Perché l'integrazione passa non solo dalle riforme strutturali ed economiche, ma soprattutto da nuove strategie politiche e condotte morali. Occorre gettare le basi di un nuovo modo di convivere. Non si può più pensare di fondere, e confondere, le diverse culture, bensì occorre riconoscere le varie appartenenze – quella etnica, sociale, religiosa, ideologica – e rispettarle nella propria specificità favorendo l'interazione e il dialogo. Quindi non *melting pot*, ma piuttosto *salad bowl*.

Il futuro sta nella comunità intesa come “insalatiera”, in cui ogni filo d’erba, ossia ogni cultura, mantenga e rafforzi la sua fisionomia, apportando il proprio contributo originale all’insieme. Quando si parla di stato laico, esempio prototipale è proprio la Francia, non si può dimenticare che le libertà individuali, e quella religiosa *in primis* sono intrinsecamente connesse tra loro e non possono non essere tutelate insieme. Meglio allora uno stato etico, certo non nel senso hegeliano o gentiliano del termine, tollerante nei “piani” e nelle regole che ne guidano le scelte rivolte al sociale.

La sola via percorribile è il dialogo fra culture, l’apertura verso l’altro, che non significa rinnegare se stesso ma ricercare l’identità nel riconoscimento della diversità. Solo una comunità che conosce il valore della differenza interna riesce a fondarsi sul rispetto delle unicità sottraendosi alla tendenza isomorfica e standardizzante che appiattisce e mortifica la ricca varietà delle esperienze umane. Il presupposto al dialogo è la consapevolezza di sé. Per dialogare ogni individuo deve prendere coscienza della propria identità, della storia che l’ha formata, dei principi e dei valori che la regolano. Una comunicazione significativa non si può avere se non tra due chiare e ben definite identità.

Guardando al nostro paese e alla storia dell’identità italiana si ha una dimostrazione che la definizione delle identità nazionali non può essere isolazionista ma deve centrarsi sulla complementarietà, sugli scambi tra culture, su una geografia variabile di “dare” e “avere”, di reciproca inclusione. Solo un cittadino poco attento non riconoscerà che la nostra cultura include inevitabilmente elementi significativi che provengono da altre culture, così come parallelamente ha contribuito a definire l’identità di altre nazioni. Eppure è unica. Siamo un paese mediterraneo, ma dimentichiamo a volte che Mediterraneo vuol dire non solo Europa ma anche Africa e Asia: significa cristianesimo come ebraismo, e vuol dire islam. Inaugurare il percorso di integrazione seguendo il modello della *salad bowl* significa non tracciare e difendere confini, ma essere consapevoli dei legami che innegabilmente esistono.

Innanzitutto il *logos*, una delle caratteristiche fondanti del mondo occidentale. Il *logos* è l’acume analitico, in grado di far emergere e fissare, tra le varie religioni e culture, punti di contatto e di incontro, ma allo stesso tempo capace di individuare anche differenze radicali e tensioni fondamentali. Certo il dialogo, come precisa Franco Ferrarotti nel suo lavoro *Il capitalismo*, è confronto e scontro, “più che un abbraccio è un corpo a corpo”. Ma il corpo a corpo è pur sempre un contatto, una scintilla di umanità che può incendiare di amore e di odio. Non dimentichiamo, come già spiegava Eraclito nel V° secolo a.C., che dia-logo (dia-logos) ha nella preposizione ‘dia’ un forte segno di contrasto e contrapposizione, ma senza dialogo non si va da nessuna parte.

Ed è forse un contatto, sebbene violento, un confronto con il resto della comunità quello che vogliono i beur parigini. Non solo, i ragazzi delle banlieues hanno scoperto il passaggio segreto per uscire dalle periferie e instal-larsi al centro del sistema: i mass media, tv in testa, ai quali non a caso il governo francese ha chiesto di minimizzare sugli accaduti e limitare lo spa-zio dedicato. Uno sforzo inutile quello del governo francese. Perché lo svi-luppo di un'integrazione non forzata, non autoritaria, il rafforzamento del concetto di cittadinanza inclusiva e dialogica in cui la natura polisemica e polifonica delle odierne società sia accolta e rispettata passerà inevitabil-mente per la rete planetaria delle comunicazioni digitali. Anzi, è qui che è già avvenuto il passaggio storico allo sviluppo "sincronico" delle identità culturali. È qui che si registra la compresenza delle varie culture sullo stes-so piano secondo una logica non più basata sulla successione cronologica o su un ordine gerarchico ma legata alla necessità inevitabile di una presenza simultanea, di un contatto, sempre e comunque tra due persone.

Ciò che urge è una *comunicazione multiculturale*. Se è vero che ogni cul-tura implica una serie diversificata di modi di vedere, di pensare, di agire è anche vero, di conseguenza, che una stessa parola può avere significati to-talmente diversi da cultura a cultura; neppure la traduzione linguistica può fungere da "scudo" che salva dalle incomprensioni. Gli immigrati sono co-stretti a confrontarsi con diverse dimensioni comunicative e con diverse cul-ture per arrivare alla comunicazione con gli "indigeni" della realtà in cui si trovano; tutto ciò che sta in mezzo a questo "percorso" costituisce e necessita comunicazione. Tanto più si dialoga, tanto più ci si capisce e tanto meglio le parti cooperano alla creazione di un processo di comunicazione vero e pro-prio. La comunicazione diventa sviluppo, ma soprattutto patrimonio comune e quindi cultura condivisa: la ragione trova soluzioni ai problemi di collabo-razione sociale. Oltre che delle indubbe capacità naturali dell'uomo - essere per natura socievole e politico, secondo la definizione aristotelica - la crea-zione di regole comportamentali è dominio della cultura e l'ordine sociale è, almeno negli ordinamenti democratici occidentali, il risultato di un processo di negoziazione, discussione e dialogo. L'ordine così non viene imposto da un legislatore, o per lo meno non solo, ma contribuisce alla crescita di quello che si definisce capitale sociale, cioè l'insieme di valori e di regole spontane-e, condivisi dai membri di un gruppo. Si tratta del principio di uguaglianza dei diritti e dei doveri dal quale scaturisce la fiducia dei singoli nell'intero ordinamento sociale. La fiducia è un ricostituente che accresce l'efficienza di qualsiasi gruppo o organizzazione, che nelle società complesse crea nuovo capitale sociale. È certo che il capitale sociale acquisisce maggiore importan-za nel momento in cui la tecnologia progredisce, le organizzazioni appiatti-scono le loro strutture direttive, e la realtà delle reti sostituisce la gerarchia

piramidale nella strutturazione delle relazioni.

Un altro aspetto rilevante è quello relativo alla comunicazione inserita nel contesto globale. In una intervista di qualche anno fa⁵ Derrick de Kerckhove, studioso ed esperto dei nuovi media, teorico dell'intelligenza connettiva, nonché direttore del Mc Luhan Program in Culture & Technology, afferma: "Credo che la strada del nostro futuro tecnologico sarà una presa di coscienza della globalizzazione, intesa non più come espressione ma come modo di essere. La globalizzazione che intendo è fatta di risposte politiche alla gente, apertura, dialogo e città come punto di accoglienza delle altre culture. A ben guardare, la Rete è l'unico spazio esistente per l'incontro globale. In Rete tutti ci incontriamo, entriamo in contatto e collaboriamo". Le regole e le metaregole scelte da un gruppo di individui rappresentano una possibilità culturale, non solo un prodotto della natura umana. Accade come per la lingua: la capacità di apprendere e usare il linguaggio è innata negli uomini, ma la lingua che essi acquisiscono dipende in realtà dall'ambiente culturale in cui crescono. È necessario spingersi al di là delle strutture cognitive ed emotive comuni, fino alle norme reali che sono generate ed elaborate dalle società umane. Per questo è necessario riscoprire il nesso culturale che sta dietro e dentro il linguaggio, ridando senso alle parole.

1.3 L'impianto teorico

La teoria ipodermica

La teoria ipodermica, chiamata anche "Bullett Theory", prende in considerazione i mass media come strumenti di persuasione tali da agire direttamente su un target indifferenziato, una "massa passiva e inerte". Si tratta del primo tentativo, sviluppato intorno agli anni '40, di comprendere il funzionamento della comunicazione interpersonale in modo sistematico sulla base delle ricerche della psicologia behaviorista. La comunicazione tra due individui è considerata come un processo diretto tra comunicatore e ricevente senza alcun intermediario.

Si crea così una connessione diretta tra esposizione ai messaggi e comportamento. Il contesto della teoria sono sia le innovazioni apportate dalle comunicazioni di massa sia la connessione con le esperienze totalitarie del-

⁵ "Una scossa ci sconvolgerà", *L'Espresso*, 2 ottobre 2003, pp. 154-157.

la seconda guerra mondiale. L'interrogativo principale riguarda quale effetto possano avere i media nelle società di massa. Quella ipodermica è una teoria di propaganda e prevede che ogni membro del pubblico di massa sia personalmente e direttamente attaccato dal messaggio. Legata a doppio filo al clima generato dall'"Arte di influenzare le masse" (Schoenemann, 1924), la Bullett Theory ha uno scopo ben preciso: se una persona è raggiunta dalla propaganda, può essere controllata, manipolata, indotta ad agire.

Particolarmente importante è la "teoria dell'azione", elaborata dalla psicologia behaviorista, dove il comportamento rappresentava l'adattamento dell'organismo all'ambiente, scomposto in unità quali lo stimolo, il rinforzo e la risposta. Scopo della psicologia behaviorista è lo studio del comportamento umano attraverso l'utilizzo degli stessi metodi delle scienze naturali: l'esperimento e l'osservazione. È necessario scomporre il comportamento umano in unità osservabili e comprensibili. Lo stimolo è l'elemento cruciale della relazione tra organismo e ambiente. Modello S/R (Stimolo/Risposta): nel comportamento umano lo stimolo è l'agente primario della risposta.

La società di massa è il risultato di processi sociali quali l'industrializzazione; la diffusione di valori quali l'uguaglianza e la libertà; la rivoluzione dei trasporti. Le élites si ritrovano esposte alle masse e il concomitante indebolimento del tessuto aggregante della società, come la famiglia e la religione, avviano le masse verso un loro isolamento. La massa, così, diventa un aggregato di persone non distinguibili, che utilizza azioni semplici che arrivano diritte allo scopo.

Il prerequisito della prima teoria dei media è l'isolamento del singolo individuo. Il pensiero di Harold Lasswell ha contribuito in qualche modo a superarla e a concentrarsi su una diversa e più completa forma di comunicazione. "Un modo appropriato per descrivere un atto di comunicazione – ragiona Lasswell - è rispondere alle seguenti domande: chi dice cosa, attraverso quale canale, a chi, con quale effetto? Lo studio scientifico del processo comunicativo tende a concentrarsi su uno o l'altro di tali interrogativi".

La teoria dell'approccio empirico-sperimentale

L'approccio sperimentale avvia l'abbandono della teoria ipodermica parallelamente all'approccio empirico sul campo: le acquisizioni dell'uno sono legate a quelle dell'altro. Il processo comunicativo inteso come rapporto immediato tra stimolo e risposta subisce una modifica sostanziale. Nella relazione tra emittente, messaggio e ricevente, infatti, sono molti gli elementi che entrano in gioco. L'approccio ora si presenta mirato a studiare sia i successi che gli insuccessi della persuasione. La persuasione è raggiungi-

bile a patto che siano considerati i fattori personali che il destinatario attiva nell'interpretazione del messaggio. Lo studio sperimentale mantiene costanti alcune variabili, mentre manipola quelle di cui si deve verificare l'incidenza sull'effetto persuasorio.

Quella dell'approccio empirico-sperimentale è una teoria causa-effetto, che studia prevalentemente gli effetti dei media in una situazione di "campagna", elettorale, politica o informativa che sia. Il successo di una campagna dipende dall'interesse che il pubblico dimostra verso l'argomento. La ricerca sperimentale ha come presupposto lo studio degli effetti voluti o progettati dall'emittente, identificando le caratteristiche psicologiche di cinque fattori relativi all'audience: l'interesse ad acquisire informazioni, l'esposizione selettiva, la percezione selettiva, gli effetti di assimilazione o di contrasto, la memorizzazione selettiva.

- *Interesse ad acquisire informazioni.* Non tutte le persone sono interessate a informarsi e per questo non tutti sono un bersaglio per i media. Interesse e disinteresse possono derivare dalla relativa esposizione all'informazione. Più si è informati, più si è interessati a saperne di più.

- *Esposizione selettiva.* Va scelto adeguatamente il mezzo da utilizzare per comunicare. Diventa necessario conoscere le preferenze, in tal senso, della popolazione che deve essere raggiunta da un determinato messaggio. Le attitudini personali influiscono sull'esposizione all'informazione, si evitano per questo quei messaggi diffusi, con il risultato di rafforzare opinioni preesistenti. In alcuni casi sono altri gli elementi che spiegano la selettività all'informazione, come il livello d'istruzione e il consumo dei media che questi ne fanno.

- *Percezione selettiva.* Il significato di un messaggio può essere completamente manipolato e trasformato dal tipo di interpretazione che se ne dà. Per "decodifica aberrante" si intende la volontà di non comprendere il vero significato del messaggio.

- *Effetti di assimilazione o di contrasto.* Sono un altro esempio di percezione selettiva. Per l'effetto di assimilazione le opinioni espresse dal messaggio sono recepite dal destinatario come vicine alle proprie più di quanto non lo siano nella realtà. Per l'effetto di contrasto le opinioni espresse dal messaggio sono recepite come distanti dalle proprie più di quanto non lo siano in realtà.

- *Memorizzazione selettiva.* L'effetto Barlett spiega il meccanismo di me-