



SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI
(Decreto Ministero dell'Università 31/07/2003)

Via P. S. Mancini, 2 – 00196 - Roma

**TESI DI DIPLOMA
DI
MEDIATORE LINGUISTICO**

(Curriculum Interprete e Traduttore)

Equipollente ai Diplomi di Laurea rilasciati dalle Università al termine dei Corsi afferenti alla classe delle

**LAUREE UNIVERSITARIE
IN
SCIENZE DELLA MEDIAZIONE LINGUISTICA**

TITOLO DELLA TESI: **“La Comunicazione e La Mediazione Linguistica In Campo Artistico”**

RELATORI:
prof.ssa **Maggie Papparusso**

CORRELATORI:
Prof.re Fabio Matassa
Prof.ssa Marie Vaneecke

CANDIDATA:

Giorgia Creatura

3574

ANNO ACCADEMICO 2023/2024

Dedica

Ai miei genitori

e alla mia famiglia

a David e a tutti gli artisti miei fratelli

INTRODUZIONE

Essendo io un'artista, ho voluto mostrare e spiegare come la comunicazione artistica, e in particolare quella musicale, nella forma della canzone, potesse essere considerata pari alla forma linguistica in quanto, contiene e sia basa sugli stessi elementi del processo comunicativo, distinguendosi però per essere essa stessa una forma di mediazione diretta e immediata, dove l'artista diviene mediatore del suo proprio messaggio.

Sommario

| | |
|--|----|
| <u>Introduzione</u> | 1 |
| <u>Capitolo 1</u> | 2 |
| <u>LA COMUNICAZIONE</u> | 2 |
| <u>1a) Il Processo e Gli Elementi della Comunicazione</u> | 3 |
| <u>1b. Le Funzioni Linguistiche Della Comunicazione</u> | 9 |
| <u>1c) I Contesti della Comunicazione</u> | 11 |
| <u>Capitolo 2</u> | 17 |
| <u>La Comunicazione Interculturale</u> | 17 |
| <u>Capitolo 3</u> | 32 |
| <u>L'Etica della Comunicazione e la Mediazione Linguistica</u> | 32 |
| <u>Capitolo 4</u> | 42 |
| <u>La Comunicazione Artistica e Musicale</u> | 42 |
| <u>Conclusioni</u> | 50 |
| <u>L'Artista è Un Mediatore</u> | 50 |
| <u>Chapter 1</u> | 54 |
| <u>COMMUNICATION</u> | 54 |
| <u>1b) Communication Linguistic Functions:</u> | 61 |
| <u>1c) Communication Contexts:</u> | 63 |
| <u>Chapter 2</u> | 68 |
| <u>Intercultural Communication</u> | 68 |
| <u>La Communication</u> | 80 |
| <u>1a) Le Processus et Les Éléments de la Communication :</u> | 81 |

| | |
|--|----|
| <u>1b) Les Fonctions Linguistiques de la Communication :</u> | 86 |
| <u>1c) Les Contextes de la Communication</u> | 89 |
| <u>2) La Communication Interculturelle :</u> | 94 |
| <u>Bibliografia</u> | 98 |
| <u>Sitografia</u> | 98 |

Introduzione

Capitolo 1

LA COMUNICAZIONE

Comunicare: mettere in comune, dal Lat. "*Comunicare*", der. di "*Communis*", comune.

Mediare: dal Lat. "*Mediàre*" da "*Medios*", "...che è nel mezzo, essere interposto, essere tra due cose e tra due tempi.

Comunità: dal Lat. "*communitas*" (società/ partecipazione), der. da "*communis*" (che compie il suo incarico insieme), der. da "*munus*" (obbligo, dono), più il prefisso "*cum*"(con/insieme)

Il primo assioma della comunicazione è: "Non si può non comunicare".

La comunicazione è una grande avventura nella quale siamo tutti coinvolti, in quanto individui a contatto volontario o involontario con altri individui dai quali dobbiamo e vogliamo essere compresi.

Comunicare vuol dire uscire dal proprio cerchio e stabilire rapporti di varia natura come parte fondamentale della vita umana e ciò è stato oggetto di studio da parte di filosofi, sociologi, psicologi e linguisti nell'arco del tempo, in particolare relazione con i comportamenti umani, considerando le similitudini e le differenze socio-culturali dei gruppi in esame.

La comunicazione con i suoi processi, elementi e molteplici caratteristiche, assume un'importanza e un valore fondamentale nell'ambito dei rapporti umani, nella sfera interpersonale, nell'ambito della sfera privata, ma può acquisire un potere fondamentale nel contesto culturale e socio-culturale e in ambito pubblico.

Letteralmente, possiamo definirla uno scambio o un passaggio di informazioni e messaggi da un individuo a un altro o da un gruppo di individui a un altro, con lo scopo di creare dei rapporti o semplicemente di informare per divulgare e far conoscere delle realtà e condividerle.

Comunicare implica sempre la creazione di legami fondati su affetti, interessi, solidarietà e soprattutto su linguaggi comuni, in uno scambio di messaggi che può essere consapevole o inconsapevole, volontario o involontario e soprattutto caratterizzato da elementi che ne facilitano o ostacolano la comprensione.

Facile dedurre che più sono le somiglianze e le similitudini tra individui e gruppi d'individui e più elevato sarà il loro livello di comunicazione e comprensione.

Queste somiglianze possono riguardare il modo di percepire la realtà o la realtà che si ha in comune, possono essere somiglianze nelle ideologie e nelle opinioni ed esse similitudini nel modo di trattare la realtà in forte relazione al quadro socio-culturale di una persona o di un gruppo e per questo legate al paese di appartenenza e all'educazione ricevuta, espressa dai valori e dalle credenze acquisite nel corso della propria evoluzione.

Questi elementi sono stati trattati da D. Barlund come fattori principali e basilari per la "comprensione interpersonale" e definiti come:

- "somiglianza di orientamenti percettivi", riguardanti la percezione della realtà,

- "somiglianza nei sistemi di credenze", ossia, nelle ideologie e opinioni,

- "somiglianza di stili di comunicazione", ovvero, nella scelta degli argomenti che si preferisce trattare e le relative modalità.¹

1a) Il Processo e Gli Elementi della Comunicazione

Secondo il linguista Roman Jakobson, la comunicazione è un passaggio d'informazioni da un individuo A che chiameremo emittente, ad un altro B, che chiameremo destinatario.²

Il messaggio è espresso in un codice comune ai due soggetti, in contatto tramite un canale che li colleghi, e lo scambio può avvenire in un contesto contenente gli elementi di realtà a cui il messaggio si riferisce.

¹ Cfr. D. Barlund, "La Comunicazione nel Villaggio Globale" in "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione linguistica" di Simona Cudini, PM Edizioni, 2016, pag. 13

² Cfr. R. Jakobson, "Saggi di Linguistica Generale" in "Etica della Comunicazione" di Luciana Ceri, Il Mulino, 2022

Il processo da lui descritto è basato sulla codifica e decodifica del messaggio stesso legato al suo significato letterale ed è un processo circolare, dove gli individui coinvolti hanno tutti una parte attiva e dove il ruolo dell'emittente e del destinatario si alterna a vicenda, sotto l'influenza dei feed-back di ricezione che inviano l'un l'altro.

A parte l'interpretazione del significato letterale, a volte, la comunicazione può contenere dei messaggi meno espliciti che sono dedotti per "inferenza" e sono quindi analizzati in base agli indizi inviati dall'Emittente, sulla base delle nostre personali conoscenze.

Della comunicazione possiamo analizzare l'aspetto "pragmatico" cioè, quello legato ai comportamenti umani e alle azioni che si svolgono per trasferire informazioni atte al raggiungimento di determinati scopi.

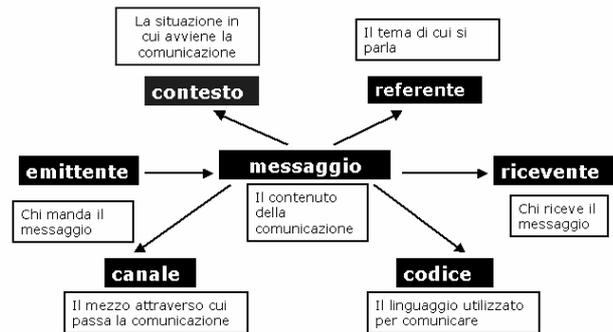
Generalmente, gli esseri umani interagiscono e comunicano utilizzando sia il "linguaggio verbale", che il "linguaggio non verbale" e ciò che viene definito "paraverbale", nello specifico, l'insieme di tutti gli elementi legati all'uso del corpo come la gestualità, le espressioni del volto, i movimenti del corpo e la postura, la distanza tra gli interlocutori e l'abbigliamento.

Tutti questi fattori, ugualmente importanti nell'ambito comunicativo, si basano su regole particolari che potendo differire considerevolmente da una cultura a un'altra, devono essere necessariamente conosciuti ed osservati attentamente per raggiungere gli scopi perseguiti nell'atto di comunicare, al fine di non creare delle barriere che potrebbero ostacolare se non interrompere lo scambio di messaggi, fino a renderlo impossibile.

Andando nello specifico, Jakobson³ indica sei elementi essenziali sui quali l'atto comunicativo si basa:

³ Cfr. <https://cinemaescuela.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/comunicazione-secondo-roman-jakobson.pdf>

Gli elementi della comunicazione



-**L'emittente**: colui che dà inizio alla comunicazione e trasmette il messaggio

-**Il destinatario**: colui al quale è indirizzato il messaggio, che per essere considerato valido, deve risultare correttamente ricevuto da quest'ultimo;

-**Il messaggio**: le informazioni inviate dall'Emittente

-**Il codice**: l'insieme dei segni e degli elementi usati per comunicare, come i codici verbali o non verbali, che devono essere necessariamente conosciuti sia dell'emittente che dal destinatario affinché il messaggio sia compreso.

La codifica del messaggio è la scelta da parte dell'emittente del codice da utilizzare per trasmettere il messaggio; la decodifica è l'atto di ricezione, interpretazione e comprensione dello stesso da parte del destinatario; la transcodifica è il trasportare un messaggio da un codice all'altro, come nel caso della traduzione o dell'interpretazione linguistica o il riprodurre in disegno un concetto espresso verbalmente.

Il canale (o contatto): è il mezzo usato per la trasmissione del messaggio e può essere visivo, auditivo e tattile.

Il contesto: è quell'insieme di elementi di realtà, composti da informazioni e conoscenze culturali, storiche, linguistiche e situazionali, comuni ai due terminali, emittente e destinatario, che rendono possibile la comprensione esatta del messaggio.

Il rumore: tutto ciò che disturba la comunicazione che sia legato all'emittente, come nel caso di difetti di pronuncia o carenze linguistiche, al canale, come nel caso di una linea telefonica disturbata o al contesto, per una mancanza di elementi di realtà in comune o di informazioni e dati necessari alla comprensione.

Secondo Jakobson, gli elementi utilizzati per comunicare possono essere chiamati **segnivale** a dire, tutto ciò che possiamo percepire con i nostri sensi come i suoni, le parole, i colori e il contatto fisico, generalmente formati dall'unione di due fattori:

- a) il **significante**: la forma del segno stesso che noi percepiamo, (suono, colore, gesto, disegno grafico)
- b) il **significato**: il suo contenuto concettuale e l'idea o immagine mentale a cui esso rimanda.

In base al rapporto tra questi due aspetti, i Segni possono essere distinti in:

indici: segno naturale e involontario, connesso direttamente alla realtà, all'idea o al concetto che esprime, come nel caso del fumo che indica la presenza di fuoco o lo sbadiglio che richiama l'idea del sonno o della noia;

icone: segno artificiale e volontario o "segno motivato", somigliante al concetto rappresentato, come un'immagine grafica o un disegno.



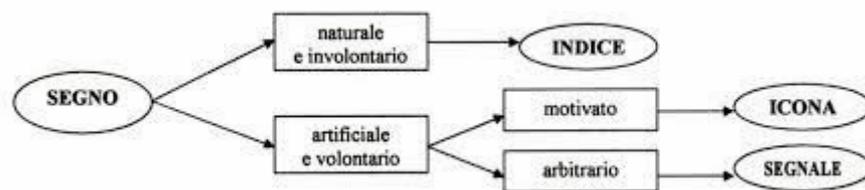
segnali: segno artificiale e volontario o "segno arbitrario", che può non aderire al concetto o alla realtà descritta; i simboli sono "segni arbitrari":



A parte le immagini, anche le parole possono essere considerate "segni volontari arbitrari", potendo queste differire nelle diverse

lingue per indicare lo stesso oggetto, (ad esempio, la Mela, in francese, si dice la pomme e in tedesco, der Apfel), inoltre, la stessa cosa può accadere nel caso di alcuni segni come il fischio, che in Italia, nell'ambito di uno spettacolo è segno di disapprovazione mentre in America è indice di gradimento.

Solo le parole onomatopoeiche, e anche queste possono cambiare a volte da cultura a cultura, possono essere definite " motivate " o non " arbitrarie " perché con il loro suono riflettono direttamente una realtà e un'immagine mentale immediata e percepibile, come il verso di un animale o il bussare alla porta.



Generalmente, quando comunichiamo, usiamo prettamente segni prodotti in modo artificiale e volontario allo scopo di trasmettere un'informazione o un concetto, supportati anche dai segni iconici e simbolici.⁴

I linguaggi sono segni tramite i quali noi comunichiamo e si distinguono in:

-linguaggio verbale e linguaggio non verbale, a seconda se nell'atto comunicativo ci sia o non ci sia l'uso delle parole.

Il linguaggio verbale (comunicazione verbale, detta anche numerica o digitale) si basa su un codice convenzionale formato da parole, è il linguaggio usato dall'uomo ed ha le seguenti caratteristiche:

- può essere parlato o scritto
- trasmette il messaggio con precisione e completezza, potendo esprimere concetti complessi e astratti
- deve essere condiviso dai due interlocutori
- descrive e supporta il linguaggio non verbale
- si esprime attraverso le lingue
- è in continua evoluzione
- è controllabile

⁴ Cfr. Rif. a R. Jakobson in "La Forza Comunicativa della Musica", Giusy Negro, WinScuola

Il linguaggio non verbale (o comunicazione analogica) è utilizzato dall'uomo in alternanza a quello verbale e ha le seguenti caratteristiche:

- è semplice, immediato e sintetico
- non può essere usato per esprimere messaggi complessi
- è difficilmente controllabile
- è il linguaggio usato dalle forme animali per comunicare, oltre al suono del loro verso che è espresso in forma di suono.

Esso comprende tutti quei codici che non si avvalgono delle parole, come l'espressione corporea, la gestualità, il disegno, l'uso del colore, che rappresentano la realtà sulla base di analogie universali.

Generalmente questi due codici vengono usati insieme perché il primo è più adatto ad esprimere il concetto e il contenuto del messaggio e il secondo a mostrare lo stato d'animo e l'emotività.⁵

Il Paraverbale:

Il paraverbale è costituito da un insieme di elementi ugualmente importanti ai fini comunicativi e comprende le caratteristiche della voce con cui il messaggio viene espresso: volume, velocità, tono e melodia.⁶

Il tono è un elemento fondamentale per comprendere il senso di un messaggio, in quanto lo stesso concetto o frase espressi con toni diversi può determinare una differente comprensione da parte del destinatario.

Ciò è gestibile quando la comunicazione avviene direttamente, usando il canale visivo e auditivo che riesce a far arrivare e percepire l'emotività e lo stato d'animo dell'emittente, cosa molto difficile da capire quando la comunicazione avviene per via scritta, dove il tono della voce non arriva.

Negli ultimi tempi, infatti, con l'avvento delle nuove tecnologie e degli smart phones e dei social networks, abbiamo imparato ad usare gli emoticon per sopperire alla mancanza della trasmissione

⁵ Cfr. "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione Linguistica", Simona Cudini, Pm Edizioni, 2016, in rif. a V.F. Birkenbhil, "Segnali del Corpo", Franco Angeli, Milano, 1998 e "La Forza Comunicativa della Musica", Giusy Negro, WinScuola, 2022 in rif. al sito, www.luzappy.eu/comunicazione/la_comunicazione_home.htm

⁶ Cfr. "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione Linguistica", Simona Cudini, Pm Edizioni, 2016, In rif. a V.F. Birkenbhil

dell'emotività, evitando così incomprensioni e fraintendimenti sull'intenzione e il contenuto del messaggio.

Il tono è quindi un elemento essenziale.

Il volume della voce è considerato il termometro dell'energia ma può esprimere anche una caratteristica del carattere o uno stato emotivo dell'individuo come timidezza, agitazione, esultanza o rabbia.

Anche la Velocità nell'espressione del messaggio può avere la sua importanza se associata agli altri due elementi, tono e volume, inoltre, può variare da cultura a cultura così come la melodia determinata dalla lingua usata, in quanto ogni lingua, per le sue caratteristiche, contiene una propria melodia e dei propri accenti che possono sicuramente essere enfatizzati per sottolineare delle frasi e dei concetti.

1b. Le Funzioni Linguistiche Della Comunicazione

Ognuno dei sei elementi della comunicazione elaborati e descritti da R. Jakobson, su citati, si collega ad una particolare funzione linguistica strettamente legata al contenuto e alla natura del messaggio stesso.

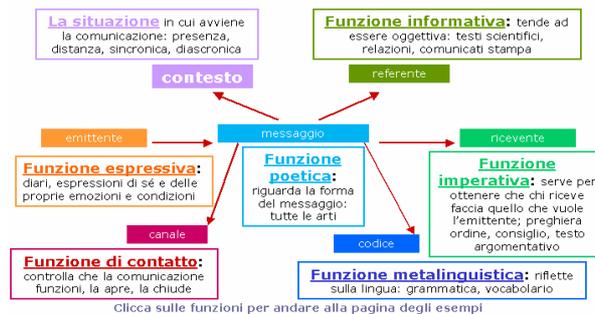
Queste funzioni linguistiche non si esprimono mai isolatamente nella ambito di una comunicazione ma coesistono, si intrecciano e si alternano in base al variare del contenuto del messaggio o dei messaggi inviati dall'emittente al destinatario, man mano che l'attenzione si sposti su uno o un altro elemento:



Le funzioni della comunicazione

Si intende per funzione della comunicazione l'obiettivo prevalente che si vuole raggiungere con un certo messaggio.

Ciascuna funzione **accentua** uno degli elementi del sistema della comunicazione.



La Funzione Emotiva (o Espressiva):

è una funzione che riguarda l'emittente e la troviamo quando il messaggio contiene ed esprime lo stato d'animo e l'emozione di chi sta parlando, in relazione al contenuto del messaggio e l'atteggiamento che ha nei confronti di ciò di cui si sta parlando.

Es. "oggi sono stanco", "che angoscia", "sono molto contento"..

Le comunicazioni che esprimono questa funzione sono ricche di esclamazioni e interiezioni, come: "mamma mia!", "povero me!"...

La Funzione Conativa (o Persuasiva):

riguarda ed è orientata al destinatario; sono in genere messaggi "conativi"⁷ quelli che contengono frasi imperative, (fai presto!), esortative, (su, smettila!) o vocative, (ma ti prego, accetta le mie scuse!), con l'utilizzo di verbi di comando e di richiesta come a guidarne l'intenzione.⁸

La Funzione Poetica (o Estetica):

si esprime in quelle espressioni dove l'attenzione e l'accento si spostano sulla forma del messaggio in se stesso e si trova ogni volta che si vuole elaborare un discorso stilisticamente curato, ricercato o efficace.

Oltre che nella poesia e nelle arti, la troviamo anche in elaborati pubblicitari e di promozione dove il linguaggio poetico venga utilizzato per arrivare e colpire con la stessa capacità di un'elaborazione artistica, senza contenerne lo scopo.

Funzione Referenziale (Informativa, Denotativa)

⁷ Forma verbale che esprime volontà o sforzo; il tentativo di compiere un'azione.

⁸ Cfr. <https://dizionari.corriere.it>

è una funzione che si esprime quando la comunicazione riguarda il contesto (o referente), dando informazioni su dati oggettivi legati a esperienze concrete (oggi il tempo è bello!) esperienze mentali (la felicità è un attimo che vola via!) o immaginarie (gli extraterrestri esistono), generalmente formulate con verbi alla terza persona.

La Funzione Fatica (o di Contatto):

è una funzione che riguarda il canale della comunicazione, quindi il contatto, con lo scopo di controllarne l'andamento e mantenere stabile l'interesse e l'attenzione da parte del destinatario, tramite l'utilizzo di frasi senza un reale potere informativo, che servono a stabilire, ristabilire o prolungare il contatto comunicativo, come ad esempio, (ciao, come va?), (pronto?), (ti sto ascoltando, continua pure!), (vai avanti!), (ho capito!)

La Funzione Metalinguistica:

la troviamo ogniqualvolta che la comunicazione è incentrata sul codice, vale a dire il linguaggio, in particolare quando si analizza la lingua e i suoi elementi grammaticali o sintattici, come avviene in una lezione o in un libro di grammatica o nelle definizioni dei dizionari. A tal proposito, è stata elaborata una distinzione tra "linguaggio oggetto", che si riferisce a realtà estranee al mondo del linguaggio e "il metalinguaggio" che invece analizza il linguaggio stesso.⁹

1c) I Contesti della Comunicazione¹⁰

La comunicazione prende forma e si svolge in vari ambiti della vita umana, considerati come delle sfere di azione nelle quali l'atto comunicativo è usato per il raggiungimento di scopi precisi, relativi all'ambito in questione.

La Sfera Personale:

La sfera personale riguarda l'individuo nella sua sfera privata, dove la comunicazione avviene con sé stesso.

⁹ "Le Funzioni Linguistiche" da "La Forza Comunicativa Della Musica" winScuola

¹⁰ Cfr. "Etica Della Comunicazione" di Luciana Ceri, Il Mulino in Rif. a E. Cheli "Teorie e Tecniche della Comunicazione, Un'Introduzione Interdisciplinare", Angeli, Milano, 2004

Dato il significato etimologico del termine "comunicazione", che abbiamo già definito come "mettere in comune", in questa sfera, l'individuo mette in comune qualcosa con sé stesso.

In base alla realtà che vive e alle sue esperienze, tramite i propri processi mentali ed emotivi, la persona elabora delle informazioni tramite il processo della comprensione, dell'interpretazione, della memorizzazione o della rimozione ed origina riflessioni, idee, immaginazioni e concetti.

Questo tipo di comunicazione interna, che parte dal processo di introspezione, può anche generare una sorta di "dialogo interiore", a volte silenzioso, a volte espresso ad alta voce, che può essere molto utile all'individuo nella gestione delle proprie emotività o nella progettazione dei successivi passi da eseguire, come nelle scelte da fare nel suo tempo presente o futuro ma può non avere effetti positivi quando diventa una sorta di "rimuginazione" sterile riguardo un'esperienza vissuta.

Questo dialogo con sé stessi è basilare nella concezione di opere artistiche in forma orale o scritta, come le opere letterarie, la poesia, le composizioni musicali e la canzone, così come nella scrittura di memorie nei diari o annotazioni che siano o non siano poi destinati ad essere letti da un pubblico.

Anche se di fronte ad un processo comunicativo originato internamente con se stessi, lo possiamo comunque considerare "bidirezionale" e "simmetrico" in quanto, la comunicazione avviene tra la parte di sé che crea o scrive e la parte di sé che ascolta o legge ed eventualmente corregge l'elaborato scritto; simmetrico perché le parti o gli "IO" dello stesso individuo, coinvolti nello scambio comunicativo, si pongono allo stesso livello e a turno, parlano, ascoltano, scrivono, leggono ed eventualmente correggono.

La Sfera Interpersonale:

Come abbiamo già avuto modo di analizzare in precedenza, la comunicazione interpersonale avviene tra due o più individui distinti. Generalmente, il messaggio passa da un emittente ad un ricevente in forma diretta, senza bisogno di intermediari, in un processo bidirezionale e simmetrico, essendo le due parti a un livello di parità nello scambio e nel poter prendere la parola, nel caso di una comunicazione orale, o di rispondere per iscritto, nel caso di una comunicazione in forma scritta, alternandosi nel ruolo di emittente e destinatario.

L'esistenza di differenti linguaggi rende la comunicazione più interessante e varia ma può essere anche una barriera che ne ostacola e a volte ne impedisce l'esistenza e l'efficacia.

Per comunicare efficacemente, oltre alle conoscenze e competenze linguistiche, occorrono anche delle competenze extralinguistiche che

determinano la capacità di comprendere, nonché conoscere e saper usare i linguaggi non verbali, tra cui:

la "competenza cinesica" che riguarda la comprensione e l'uso delle espressioni del volto, dei gesti e movimenti del corpo;

la "competenza prossemica, ovvero, la distanza tra i due interlocutori o quella tra sé e i propri interlocutori;

la "competenza "vestemica" e quella "oggettemica," che riguardano il vestiario e gli oggetti usati, essenziali anche nel determinare i ruoli e lo status sociale.¹¹

Infine, è molto importante considerare anche la competenza "socioculturale", ossia, il conoscere, comprendere, considerare e applicare le differenze nelle regole sociali e culturali che possano influenzare l'atto comunicativo.

Tutto l'insieme di queste competenze (linguistiche, extralinguistiche e socioculturali), determina la "competenza comunicativa" che permette e favorisce la comprensione.

La Sfera Pubblica:

La comunicazione assume un'importanza rilevante quando interessa la sfera pubblica, in quanto indirizzata alla collettività.

Per "pubblica", si intende ciò che è legato alle azioni dello Stato e alle sue Istituzioni, in relazione alle azioni e alle attività di interesse collettivo, alle attività svolte da organizzazioni private e da fondazioni di varia natura, costituenti il "terzo settore", che si adoperano per garantire beni e servizi di pubblica utilità.

Tutte le forme di comunicazione svolte in questo campo interessano dunque ogni attività riguardante gli individui come cittadini, e sono finalizzate all'interesse generale.

Possiamo distinguere varie forme di comunicazione pubblica in base al contenuto dell'atto comunicativo e in base al ruolo e alla funzione di chi detiene la comunicazione.

Essenzialmente, la comunicazione nella sfera pubblica è di tipo "indiretto" e "asimmetrico" perché l'emittente e il destinatario non sono posti sullo stesso livello di parità comunicativa e generalmente, il primo coincide con un individuo o un gruppo di individui, preposto alla divulgazione di un determinato messaggio, ma il ricevente non è un individuo o un gruppo di individui bensì la collettività.

Vi sono vari tipi di comunicazione pubblica:

- istituzionale
- politica
- sociale
- giornalistica

¹¹ Cfr. Luciana Ceri, "Etica della Comunicazione", Il Mulino, 2018

-pubblicitaria

La Comunicazione Istituzionale:

L'aspetto "indiretto" della comunicazione pubblica si esprime in maniera evidente in quella di tipo istituzionale, dove l'emittente sono le istituzioni o gli organismi che ne rappresentano le funzioni, così come i giornalisti, che si occupano della divulgazione di notizie riguardanti le attività delle stesse, mentre il destinatario sono tutti i cittadini e gli utenti che vengono appunto informati sulle attività di cui le Istituzioni si occupano nell'interesse collettivo.

La comunicazione in questo ambito, assume un carattere prettamente "informativo" ed è "unidirezionale" in quanto il processo comunicativo si svolge in una direzione, dall'emittente, con ruolo attivo, ai destinatari, con ruolo passivo, senza uno scambio tra i due terminali.

Rispondendo al carattere democratico esistente nel rapporto tra le istituzioni pubbliche e i cittadini, oltre a questo modello "trasmissivo" della comunicazione istituzionale, esiste anche il modello "dialogico", dove è previsto uno scambio comunicativo tra le istituzioni pubbliche e i cittadini, basato sul concetto di "reciprocità" della comunicazione, atto a creare una relazione tra le due entità e permettere ai cittadini di svolgere un ruolo attivo nel processo comunicativo, esprimendo le proprie volontà e pareri, per il miglioramento dei servizi e delle utenze di interesse collettivo.

La Comunicazione Politica:

In questo quadro, la comunicazione è basata sul concetto di democrazia come fondamento di uno Stato composto da cittadini liberi, dove avvenga un libero confronto sui contenuti e sulle idee in ambito politico.

A tal proposito, i cittadini sono considerati emittenti e non solo destinatari, essendo liberi di poter scegliere tramite il proprio voto, esprimendo così le proprie preferenze e potendo anche scegliere di astenersi dal votare.

In questo caso, si parla di comunicazione "strumentale", oltre che "informativa", in quanto le forze politiche e i differenti partiti la usano per ottenere il consenso degli aventi diritto al voto.

Questo tipo di realtà comunicativa si è ulteriormente potenziata con l'avvento dei nuovi mezzi di comunicazione di massa, di internet e dei social media che hanno implementato e favorito lo scambio comunicativo, sia in favore delle forze politiche e dei gruppi ad esse connessi, sia a favore degli utenti e di tutti i cittadini che esercitano così il proprio diritto all'informazione libera e alla possibilità di

esprimere il proprio parere, interagendo in maniera sempre più diretta.

La Comunicazione Sociale:

Come in ambito politico, anche in questa forma di comunicazione si prevede il coinvolgimento dei cittadini in questioni pubbliche, prettamente di carattere sociale, come la divulgazione di servizi e attività importanti per la collettività, la ricerca di volontari per particolari ambiti sociali, la denuncia di violazioni di diritti fondamentali, la raccolta fondi per questioni particolari, tramite una serie di attività comunicative, gestite da enti pubblici e privati, senza alcuno scopo di lucro.

La finalità in quest'ambito comunicativo è quella di coinvolgere e rendere partecipi le persone nelle varie problematiche di carattere sociale e nelle eventuali soluzioni da adottare; anche in questo ambito, i mezzi di comunicazione di massa, internet e i social media svolgono un ruolo fondamentale.

La Comunicazione Giornalistica:

Scopo di questo tipo di comunicazione è "informare", far conoscere ciò che è accaduto e che avviene nel mondo e tutto quello che possa coinvolgere l'interesse della collettività.

Questa attività comunicativa riguarda fatti, eventi, la condotta di singoli individui o gruppi, nel passato e nel presente e tutto ciò che possa essere di interesse collettivo, nel rispetto del diritto di essere informati.

Il carattere prettamente "informativo" di questo processo comunicativo, lo rende "unidirezionale" in quanto, le informazioni sono divulgate per l'interesse collettivo, senza che ce ne sia richiesta esplicita o un manifesto interesse.

Il ruolo del giornalista si dovrebbe basare, per questa ragione, necessariamente su un profondo senso di responsabilità ed etica, essendo lui in grado di influenzare fortemente l'opinione pubblica.

La Comunicazione Pubblicitaria:

Lo scopo di questo tipo di comunicazione è "influenzare".

Come forma riassuntiva, la comunicazione pubblicitaria si colloca alla base di ogni forma di comunicazione pubblica in quanto, a parte l'aspetto commerciale che esprime nell'influenzare le persone riguardo l'acquisto e l'uso di un prodotto nel caso della pubblicità commerciale, essa viene usata come mezzo per il raggiungimento di

ogni scopo legato ad ognuna delle forme di comunicazione che abbiamo analizzato precedentemente, ossia, nell'ambito istituzionale, sociale e politico, in quanto, per ognuna di esse, vengono usate le tecniche pubblicitarie scritte, orali e tramite mass-media, atte ad influenzare l'utente riguardo i contenuti relativi al contesto di azione. Ovviamente, questo tipo di comunicazione contiene in sé l'aspetto "informativo", intrinseco nell'attività stessa.

A livello istituzionale, si usa questo tipo di comunicazione al fine di informare gli individui riguardo attività e servizi di cui possono usufruire e sui diritti di cui godono, mentre, sul piano sociale, si cerca di sensibilizzare il cittadino riguardo particolari temi, valori, idee e azioni da compiere, infine, da un punto di vista politico, si cerca di influenzare l'ideologia del cittadino per accattivarsi la sua fiducia.

Possiamo quindi dedurre che per arrivare agli scopi che sono alla base delle varie forme di comunicazione pubblica, vi è l'uso necessario della comunicazione pubblicitaria e delle sue tecniche, per arrivare al cittadino e sensibilizzarlo e/o influenzarlo riguardo ai temi trattati.

Capitolo 2

La Comunicazione Interculturale

Le barriere comunicative su descritte, si possono sensibilmente accentuare quando gli individui e i gruppi appartengono a culture differenti e distanti tra loro e spesso, in questo caso, la persona viene percepita non come singolo ma come parte del gruppo e della realtà culturale a cui appartiene, applicando nei suoi confronti gli stessi stereotipi culturali riferiti a quella cultura, specialmente se viene percepita come una minaccia sociale o politica, reale, presunta o ideologica, che mette in discussione i propri valori, le proprie credenze e stili di vita.

Oltre a questo tipo di ostacolo alla comunicazione, dato dalle "generalizzazioni", dagli "stereotipi" e "pregiudizi" sociali e culturali, esiste un'altra potenziale barriera, dettata dalle reali differenze nei valori, nelle credenze, nei modi di esprimere le emozioni e nei vari modelli di comportamento, che possiamo trovare nelle diverse culture¹² e queste differenze possono rendere difficile lo scambio comunicativo e la comprensione tra gli individui e i gruppi, a causa di possibili e facili fraintendimenti che ne possano scaturire.

Per superare questa potenziale barriera, a parte la volontà di superare tali ostacoli, è necessaria la conoscenza e la competenza interculturale nei soggetti coinvolti.

Un fenomeno degno di analisi è quello denominato "shock culturale" generalmente percepito nell'impatto con una cultura diversa, basato su un atteggiamento "etnocentrico"¹³ che si esprime in più fasi distinte:

-una prima fase di non considerazione delle differenze esistenti tra la propria cultura e la "cultura altra"

-una seconda fase di percezione delle stesse differenze in maniera negativa, che si manifesta in un rifiuto netto delle disuguaglianze esistenti e in un atteggiamento di difesa

-una terza fase di annullamento delle reali diversità, con la tendenza ad accumunare tutte le culture e gli individui in un gruppo unico, in una sorta di "universalismo generale".

Tutte queste sensazioni sono spesso alla base di una difficoltà in ambito comunicativo perché vissute come una barriera dagli individui e gruppi culturalmente diversi, nonché la causa di mancata comprensione reciproca.

¹² Cfr. pag 87/88 di "Contesto Interculturale" in "Comunicazione Interpersonale e Interculturale", Simona Cudini, PM Edizioni, 2016

¹³ Cfr. pag 88 di Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale", in rif. a M.J. Bennett, "Towards Ethnorelativism : A Developmental Model of Intercultural Sensitivity" in M. Page "Education for Intercultural Experience", Intercultural Press, Yarmouth, 1993.

Un atteggiamento totalmente opposto è quello denominato "etnorelativo", vale a dire, un comportamento più aperto e positivo nei confronti delle differenze culturali e sociali, basato su una maggiore volontà di comprendere e di trovare dei punti in comune, nel rispetto delle differenze.

In presenza di tale attitudine positiva, la sensibilità interculturale aumenta con la conoscenza dell'altro e anche in questo caso, si è osservato che per arrivare ad un reale equilibrio culturale e sociale, si attraversano delle fasi di adattamento; da un iniziale atteggiamento euforico, che annulla le negatività nelle differenze percepite, alimentato dalla iniziale curiosità, si passa in genere per una sorta di delusione nell'imbattersi nei potenziali aspetti contrastanti, derivanti dalle effettive disuguaglianze, per arrivare in fine ad un rapporto più equilibrato dove le positività e le negatività coesistono in una relazione socio-culturale funzionale.

Vorrei citare ora la definizione di "cultura" da parte di Burnett Taylor (1871):

"Culture or Civilization is the complex whole including the knowledges, beliefs and habits acquired by man as a member of Society"¹⁴, da cui deduciamo che valori, stili cognitivi e comportamenti contraddistinguono le popolazioni appartenenti a realtà culturali diverse, con un riflesso fondamentale sulla comunicazione tra le stesse:

I Valori:

sono ciò che in una società è considerato auspicabile, buono e importante, hanno origine antica e si trasmettono di generazione in generazione, sono alla base delle regole che definiscono ciò che è permesso e ciò che non lo è e le sanzioni previste in caso di non rispetto delle stesse. Le regole sono in genere esplicitate nelle leggi oppure contenute negli usi e consuetudini di un popolo in una società.

Gli Stili Cognitivi:

Sono le diverse modalità di apprendimento e costruzione dell'esperienza. Gli stili cognitivi e i valori determinano i "comportamenti" anche se i primi possono anche non aderire ai valori in quanto, una persona vi si può discostare per scelta.

¹⁴ Pag. 96 Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni 2016

I "comportamenti" possono subire mutazioni e cambiamenti nel tempo, per contaminazione, evoluzione scientifica, tecnologica e politica.¹⁵

Migliaia di anni fa, l'evoluzione del genere umano condusse alla formazione delle popolazioni e di diverse culture; quelle legate a territori non adatti all'agricoltura, che erano dedite alla caccia e alla raccolta, non stanziali ma nomadi e quindi maggiormente abituate alle avversità, svilupparono un modello culturale e sociale "individualistico", non basato sul concetto di appartenenza ad un gruppo.

Le popolazioni dedite all'agricoltura e all'allevamento del bestiame invece, abitavano territori adatti a tali attività, erano stanziali, quindi esposte a possibili attacchi esterni e ciò determinò la formazione di un modello socio-culturale "collettivista", basato sul sostegno del gruppo e sul concetto importante della gerarchia.

Queste diverse culture furono poi influenzate dall'avvento di civiltà distinte, quella romana in occidente e quella cinese in oriente, contrapposte a quella barbarica del centro-nord Europeae in futuro, la formazione di differenti forme di governo, sulla base dei rapporti tra Aristocrazia, Monarchia, la nascente classe borghese e il popolo, contribuirono a creare i diversi caratteri nazionali.

Anche le religioni hanno avuto una profonda influenza nel differenziare le culture e le società.

Il Cristianesimo diffuse il concetto di uguaglianza, considerando tutti gli uomini figli dello stesso Dio, così come il rispetto della vita e dei diritti umani che sono poi stati la base della cultura occidentale.

Il Confucianesimo, invece, aveva come valore fondamentale "l'armonia" e il rispetto della "gerarchia", comunemente alla base delle culture asiatiche.

Il clima può essere considerato anch'esso un elemento influente sullo sviluppo di abitudini e usi socio-culturali legati all'ambiente circostante; nei paesi a clima caldo e temperato, ad esempio, le popolazioni sono maggiormente propense alla socializzazione, quelle che abitano nei territori pianeggianti, alla cooperazione, mentre, le popolazioni che vivono lungo le coste, sono generalmente più propense a viaggiare, a esplorare e allo scambio culturale.

Tra i vari studiosi, antropologi e sociologi su cui si sono ispirate le ricerche utili ai fini di questa presentazione, vorrei prendere in esame lo psicologo e antropologo olandese Geert Hofstede¹⁶ che delineò le seguenti "dimensioni valoriali" le quali in linea generale, caratterizzano e distinguono le principali culture esistenti nel mondo:

¹⁵ Pag. 96 Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni, 2016

¹⁶ Cfr. Simona Cudini, "La Comunicazione Interpersonale e Interculturale", da pag.103, con Rif. a G.Hofstede, M.H. Bono, "The Confucius Connection From Cultural Roots to Economic Growth in Organizational Dynamics"

- distanza dal Potere
- individualismo/collettivismo
- culture maschili/femminili
- avversione all'incertezza
- orientamento al tempo a breve e lungo termine
- indulgenza/restrizione

Distanza dal Potere:

si intende la maggiore o minore capacità di accettare, da parte dei membri meno influenti della società, che il potere sia centralizzato, sviluppato in ordine gerarchico e disugualmente distribuito.

Tra i paesi che maggiormente vivono e accettano questa distanza gerarchica, troviamo la Russia, i paesi sudamericani, quelli asiatici e i paesi balcanici mentre i meno propensi sono i paesi nordeuropei, nordamericani e Israele.

L'Europa centrale, meridionale e il Giappone sono collocati in una posizione intermedia.

Queste differenze tra i paesi su citati, riguardo l'aspetto descritto, sembrerebbero essere legate alla loro evoluzione storica e sociale; i paesi che nell'antichità fecero parte dell'impero romano o che ne furono colonie così come quelli che appartennero all'impero cinese, hanno mantenuto nel tempo un assetto "centralista", rafforzato poi dagli insegnamenti e dalle pratiche religiose del Cattolicesimo e del Buddismo che in maniera diversa hanno educato le persone, il primo al rispetto della gerarchia ecclesiastica come tramite con la divinità e il secondo all'armonia sociale e spirituale.

I paesi dell'Europa del nord, di lingua germanica e inglese, non ebbero un'esperienza storica simile nella loro evoluzione, legata ad un potere centrale e ciò fu rafforzato dall'avvento del protestantesimo che inoltrò il concetto di autonomia e responsabilità personale dell'individuo, come l'unico a rispondere delle proprie azioni.

Questi differenti valori si sono tradotti in comportamenti tramandati nel tempo tramite l'educazione scolastica e familiare, totalmente improntate a loro sostegno, determinando sostanziali diversità in vari ambiti socio-culturali.

Individualismo/ Collettivismo:

l'individualismo caratterizza quelle società nelle quali i rapporti tra gli individui non sono basati sulla coesione e la vicinanza, dove ognuno pensa alla propria sopravvivenza e a quella del proprio nucleo.

Il collettivismo si esprime nell'attitudine di vivere nel gruppo e per il gruppo, come parte di esso, dando e ricevendo sostegno e

protezione, in un rapporto basato sulla lealtà reciproca. (Asia, Africa occidentale, l'America centrale e meridionale).

Nei paesi con un livello economico alto prevale generalmente "l'individualismo" che si manifesta nell'attitudine all'iniziativa personale, alla creatività, alla libertà di pensiero e azione e alla libera competizione, con il fine di dimostrare il proprio valore e le proprie competenze; questi aspetti, innalzando il livello di autostima personale, spingono la popolazione verso la sperimentazione, l'innovazione e l'apertura in un sistema che premia la libera iniziativa e l'intraprendenza. (America settentrionale, Canada, Australia, paesi dell'Europa settentrionale e centrale, Italia¹⁷ e nel mezzo, paesi dell'Europa meridionale e dell'Est, Argentina e Brasile, India, Giappone e paesi nordafricani).

Nei paesi dove vige un alto grado di "collettivismo", le persone vivono in un sistema che spinge al "conformismo", dove la libera iniziativa viene vista come una minaccia all'equilibrio e armonia sociali e dove il mettere in risalto il singolo individuo risulterebbe un ostacolo alla coesione generale del gruppo.

Queste disuguaglianze socio-culturali influenzano profondamente i rapporti e il livello di comunicazione tra individui e gruppi legati a queste divergenti realtà.

In ambito meramente comunicativo ad esempio, per i primi, i messaggi devono essere diretti, chiari e concisi e in linea generale, la comunicazione non è influenzata dal "contesto", per questo, vengono denominate "popolazioni a basso contesto" (low context).

Al contrario, nei paesi caratterizzati da un grado maggiore di "collettivismo", la comunicazione e l'azione vengono influenzate dal contesto sociale e le popolazioni sono per questo denominate "popolazioni ad alto contesto" (high context).

Qui troveremo un flusso comunicativo meno esplicito e totalmente influenzato dalle relazioni sociali che sono prevalenti sugli obiettivi personali e la conoscenza si trasmette tramite l'interazione nel gruppo.

Il conflitto comunicativo che può scaturire tra le popolazioni, i gruppi e gli individui appartenenti a queste dissimili realtà, si può verificare nell'ambito dei rapporti interpersonali in genere, così come in ambito lavorativo in quanto, i primi non spendono tempo ed energia nei rapporti personali, volendo arrivare in genere subito al sodo e

¹⁷ Cfr. pag. 105, nota 90, di Simona Cudini, "La Comunicazione Interpersonale e Interculturale":
"L'individualismo nel nostro paese è determinato da una lunga storia di frammentazioni tra comuni e fazioni in lotta tra loro, la grande disparità tra Nord e Sud e il tardivo raggiungimento dell'unità e della formazione dello Stato, a tutt'oggi disomogeneo in termini economici, sociali e culturali" di A. Montanari.

isecondi invece, mettono i rapporti e le relazioni personali alla base di ogni scambio.

Possiamo immaginare quanto questa divergenza possa rendere difficoltose sia trattative politiche, economiche e commerciali, tra paesi o gruppi appartenenti a realtà così disuguali, sia la comunicazione stessa, spesso vittima di facili fraintendimenti, infatti, l'atteggiamento sicuro e diretto di chi appartiene a una cultura puramente "individualista", tendente a esaltare le proprie capacità, può risultare irritante, sfacciato e poco umile agli occhi degli individui appartenenti ad una cultura "collettivistica", dove le persone vivono in armonia.

Mascolinità/Femminilità:

questi sono dei valori differenti legati ai ruoli di genere; i paesi la cui cultura si basa su un livello maggiore di "mascolinità" mostrano e tramandano una distinzione di ruolo sociale tra uomini e donne nell'educazione, a livello scolastico, sportivo e sociale in genere.

L'uomo è concepito più forte, espansivo, determinato, tendente ai successi materiali e la donna invece, più tenera e attenta alle necessità della vita.

Nei paesi ad alto grado di "femminilità" invece, i ruoli si sovrappongono e sia uomini che donne danno importanza ai bisogni e alla qualità della vita in maniera meno materiale, in un'attitudine più tenera e modesta.

In campo scolastico, sportivo e sociale, il primo modello di società si mostra più competitivo mentre il secondo è più teso alla socializzazione e alla cooperazione.

Nella sfera sessuale, vi sono delle sostanziali differenze tra il primo tipo di cultura e il secondo in quanto, nella cultura ad alto grado di "mascolinità" vigono due morali distinte per uomini e donne, più permissiva per gli uomini e con maggiori restrizioni e tabù per le donne, mentre, nelle culture ad alto livello di "femminilità" si vive una maggiore parità.

Secondo le ricerche condotte, tra i paesi all'alto grado di "mascolinità" sembra ci siano Giappone, alcuni paesi dell'Europa orientale, l'Italia e la Grecia, i paesi anglofoni e alcuni stati sudamericani.

Tra quelli ad alto livello di "femminilità" invece, troviamo i paesi scandinavi, le repubbliche baltiche e la Russia, il Portogallo, alcuni paesi dell'America centrale e la Thailandia.

Anche queste sostanziali divergenze devono essere ben conosciute per evitare profondi fraintendimenti sia in campo interpersonale che professionale.

Avversione all'Incertezza:

Questo valore riguarda il livello al quale i membri di una società o cultura, si sentano o meno minacciati da situazioni incerte, ambigue o sconosciute.

Laddove questo atteggiamento è più marcato, la paura dell'incertezza si trasmette già a livello educativo e scolastico, trasmettendo ai bambini la paura per tutto ciò che è "diverso" e "sconosciuto" e quindi pericoloso.

Da ciò deriva un atteggiamento sociale di diffidenza e aggressività, di non tolleranza e non accettazione di ciò che è differente da un punto di vista culturale, sociale e etnico. (molti paesi sudamericani, del sud-est europeo, Giappone e Corea).

Nei paesi con un livello basso di avversione all'incertezza, prevale un atteggiamento di maggiore tolleranza ed apertura verso la "diversità", sulla base di un'educazione meno rigida, tendente ad una maggiore apertura nei confronti degli sconosciuti e di ciò che non è conosciuto.

Ciò si riflette in ogni ambito di vita, da quello educativo e scolastico, alla sfera interpersonale e lavorativa. (Estremo Oriente, Nord Europa, Giamaica).

I paesi caratterizzati da un basso livello di "avversione all'incertezza" sono più aperti all'innovazione, allo scambio, alla sperimentazione e caratterizzati da una minore formalità, mentre in caso di maggiore "avversità all'incertezza", vi sono più regole restrittive, poca apertura, minore attitudine alla sperimentazione e più formalità, che si riflettono nell'ambito personale, interpersonale, educativo, scolastico, lavorativo e professionale.

Orientamento al tempo a breve o lungo termine:¹⁸

è un valore che riguarda l'attitudine a percepire, guardare e gestire gli eventi futuri.

Nelle culture che sono caratterizzate da un "orientamento al tempo a lungo termine", si evidenziano perseveranza e prudenza in azioni tese a obiettivi e risultati da ottenere nel lungo periodo, come accade marcatamente in molti paesi asiatici, tra cui la Cina, e in molti paesi europei, tra cui l'Italia.

L'atteggiamento contrario è invece quello dell'Orientamento al Tempo a Breve Termine, con una proiezione riferita maggiormente al passato e al presente e relative azioni verso obiettivi e risultati da ottenere nel breve e medio termine.

¹⁸ Cfr. pag. 111, Simona Cudini, "Comunicazione Interculturale e Interpersonale", PM Edizioni, 2016, in rif. a M. Minkov, "What Makes Us Different And Similar. A New Interpretation Of The World Values, Survey and Other Cross Cultural Data", KlasiKa I. Still Sofia (Bulgaria) 2007

Secondo le ricerche dell'antropologo Hofstede, questa seconda tendenza è presente maggiormente in paesi, quali, America del Nord, Canada, Australia, Medio Oriente, America Centro-Meridionale, Nuova Zelanda, alcuni stati africani come, Sudafrica, Tanzania, Zambia, Burkina Faso, Zimbabwe, Nigeria, Uganda, Mali e Ghana.

Tali differenze valoriali nell'attitudine di proiettarsi nel tempo, si rispecchiano in maniera evidente nel modo di condurre delle trattative e stipulare degli accordi; nei paesi anglofoni, ad esempio, vi è una maggiore tendenza a chiudere le trattative velocemente e a considerare gli accordi presi come definitivi mentre nei paesi orientali, le trattative sono generalmente più lente perché subiscono l'influenza dei rapporti interpersonali e gli accordi presi sono soggetti a possibili revisioni.

L'importanza della conoscenza di questa sostanziale diversità rimane fondamentale nell'ambito di una mediazione culturale, necessaria nell'incontro di due realtà così distanti.

Indulgenza e Restrizione:

Secondo il linguista Michael Minkov, vi possono essere delle disuguaglianze valoriali in ambito culturale tra i vari paesi, in relazione con il diverso atteggiamento mostrato nei confronti dell'"indulgenza" e della "restrizione".

L'indulgenza è intesa come la tendenza verso la soddisfazione libera dei desideri naturali e basilari con una propensione a godersi la vita e divertirsi mentre la restrizione riflette la convinzione che tale tendenza alla soddisfazione debba essere limitata e disciplinata da rigide norme sociali.

Nel primo caso, rientrano maggiormente i paesi dell'America Latina, dell'Europa del Nord, (in misura minore alcuni paesi dell'Europa Orientale, Iraq, Egitto, Pakistan), U.S.A., Australia, Nuova Zelanda, Canada, Malesia, Arabia Saudita, alcuni stati africani come Nigeria e Ghana, Sud Africa e Uganda.

Nel secondo caso rientrano maggiormente il Centro e Europa meridionale, i paesi balcanici, la Russia, i paesi asiatici come Cina, Giappone e Corea, Singapore, Vietnam, Thailandia e India, Medio Oriente e in Africa, Etiopia, Mali, Zimbabwe, Tanzania, Ruanda.

I paesi più propensi all'indulgenza vivono un maggior benessere sia psicologico che fisico in ambito sociale e ciò si traduce in una generale positività e diffuso ottimismo nei confronti del futuro e in una diffusa estroversione; l'aspetto negativo di questo approccio comportamentale potrebbe essere un minor livello di disciplina e una minore propensione al risparmio.

Le culture che invece manifestano un atteggiamento più marcato verso la restrizione assumono in genere un atteggiamento sociale più chiuso, rigido e contenuto, nettamente meno positivo, con una visione del lavoro come un qualcosa che impedisca il libero godimento degli aspetti piacevoli della vita, ma con la necessità di stabilire delle regole da rispettare che in qualche modo, donano un senso di ordine e sicurezza.

Anche questi valori culturali, così divergenti, possono creare incomprensioni in ambito comunicativo, sia a livello interpersonale che professionale, in quanto, chi vive nella restrizione considera il comportamento "indulgente" dei primi come un segno di scarsa responsabilità e affidabilità, sia in campo lavorativo che personale, mentre, al contrario, il comportamento rigido dei secondi può essere percepito come un segno di eccessiva chiusura e indisponibilità, tradotto comunque in un senso generale di scarsa fiducia.

Stili Cognitivi:

Analizzando le differenze culturali in ambito comunicativo, è di notevole interesse considerare le diverse modalità di apprendimento e costruzione delle esperienze, in relazione ai diversi modi di percepire e gestire la realtà; queste sono delle differenze che riguardano il piano cognitivo di una popolazione e di una cultura.

Secondo le valutazioni di M.J. Bennett¹⁹, nei paesi asiatici come Cina, Giappone e Sud-Est Asiatico, si evidenzia quello che viene definito "un basso Livello di astrazione" che si esprime nel percepire, vivere e analizzare la realtà e le esperienze per quelle che sono, in maniera letterale, memorizzandole e descrivendole minuziosamente in relazione agli aspetti percepiti a livello sensoriale, (il colore, la forma, la dimensione, la posizione, i sentimenti e le emozioni provate).

Tale approccio alla realtà si basa anche sul tipo di metodo educativo e di apprendimento usati in questi paesi, basati sulla ripetizione e la memorizzazione, nonché sul tipo di scrittura caratterizzato dall'uso degli ideogrammi che esprimono i concetti in maniera didascalica, tramite la rappresentazione grafica di oggetti specifici che richiamano la realtà espressa.

In una società caratterizzata da questo modello cognitivo in rapporto alla realtà, viene apprezzata la persona che abbia accumulato molte esperienze dirette e che sia in grado di rapportarsi con accuratezza e precisione al servizio del gruppo, essendo queste delle culture altamente "collettivistiche", come abbiamo analizzato in precedenza.

¹⁹ Cfr. M.J. Bennett, "Description, Interpretation, Evaluation in Developing Intercultural Competence" in Simna Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni, 2016 e M.J. Bennett, "Principi di Comunicazione Interculturale, Paradigmi e Pratiche", Franco Angeli, Milano, 2015

L'America del nord (U.S.A.) e Canada, per contro, sono caratterizzati da un "medio livello di astrazione" in quanto l'attenzione viene focalizzata sull'azione o meglio su procedure di azione verificabili, dopo aver raccolto dati ritenuti significativi per l'elaborazione di ipotesi e per calcolare eventuali rischi e potenziali possibilità di riuscita, utilizzando una "logica induttiva" basata sul "come".

In questo modello percettivo e in questo tipo di approccio alla realtà, è apprezzato l'individuo o il leader in grado di prendere decisioni e passare rapidamente all'azione seppur in mancanza di dati esaurienti; il lato negativo di tale approccio potrebbe essere una scarsa accuratezza e un livello basso di previsione delle conseguenze a medio e lungo termine.

Un "alto livello di astrazione", invece, viene riscontrato in molti paesi nord-europei come la Germania, Paesi Bassi, Gran Bretagna, così come nella Repubblica Ceca e in Ungheria.

Nell'Europa del nord, si studia la realtà in base a modelli teorici, analizzando le situazioni fuori dal loro contesto, nelle loro caratteristiche generali concentrandosi sul "perché" (la causa), per poi analizzare la situazione particolare, basandosi su una "logica deduttiva", applicando un modello di verifica profondo e dettagliato in grado di mettere in discussione anche i dati raccolti per arrivare alla deduzione definitiva.

In questo modello percettivo e comportamentale, un leader è apprezzato per il suo alto livello di cultura e per la sua elevata capacità di analisi.

Nell'Europa del sud e nel Sudamerica, vige un "alto livello di astrazione" dando però importanza agli aspetti relazionali, valutando la serietà di chi espone i dati concettuali in questione e la forma verbale usata, che deve essere adatta e conforme al contenuto espresso senza trascurare la sfera emotiva.

In questo modello, la capacità apprezzata in un leader, è quella di saper instaurare e mantenere delle collaborazioni strategiche con istituzioni e altri leader.

Differenze Comportamentali:

da tutti questi elementi fin'ora analizzati, come i Valori e gli Stili Cognitivi, si determinano e distinguono i Comportamenti che variano, come abbiamo visto, a volte nettamente da una cultura ad un'altra e possono essere fonte di fraintendimenti e mal comprensioni in ambito comunicativo o esserne un vero e proprio ostacolo.

Queste differenze comportamentali possono essere espresse dal linguaggio verbale e dal linguaggio non-verbale e determinare quindi delle differenze comportamentali a livello sociale.²⁰

Le differenze culturali in ambito comunicativo vengono generalmente gestite e risolte dal Mediatore Linguistico che è a conoscenza degli eventuali contrasti e barriere che ne possano scaturire; tali contrasti possono facilmente scaturire dal fatto che quando due individui appartenenti a due culture diverse e lontane comunicano usando una "lingua veicolare", come ad esempio l'inglese, la usano sulla base della propria struttura mentale, detta "software mentale", utilizzando le stesse espressioni e le stesse modalità generalmente usate nella propria lingua, causando così facili incomprensioni.

Molto importante è anche considerare le divergenze culturali espresse nei linguaggi non verbali che a volte pensiamo possano avere un'universalità ma che invece, possono variare nel senso e nel significato e contenere anch'essi, dei caratteri nazionali e culturali.

Facciamo degli esempi:

La Mimica:

nei paesi occidentali, caratterizzati mediamente da una "cultura a basso contesto", in linea generale, si usano espressioni del volto spontanee e inconsapevoli, relative alle emozioni provate nell'esprimere il messaggio.

Nei paesi orientali, le espressioni sono solitamente intenzionali, controllate e legate strettamente al messaggio a cui sono associate, essendo queste delle "culture al alto contesto".

Un altro esempio può essere "il sorriso" che nei paesi occidentali è comunemente un segno di assenso mentre nei paesi orientali è abitualmente un modo di esprimere la volontà di non contraddire, anche in caso di dissenso.

Controllo Oculare:

nei paesi occidentali è un segnale di attenzione e interesse nonché di franchezza nell'esprire il proprio pensiero.

Nei paesi orientali, per contro, lo sguardo diretto non è consentito, specialmente nei confronti di una persona di livello o grado superiore ed è considerato un gesto di sfida, mentre, per esprimere accordo ed attenzione, si tende a socchiudere e addirittura a chiudere gli occhi per avere una maggiore concentrazione.

Gestualità:

²⁰ Cfr. pag 117 Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" in rif. a G. Hofstede, "Cultures and Organizations, Software of The Mind" e P.E. Balboni, "Parole Comuni, Culture Diverse, Guida alla Comunicazione Interculturale" Marsilio, Venezia, 1999

solitamente libera nei paesi occidentali (soprattutto i mediterranei), più controllata nei paesi nordici e in quelli orientali.

Ogni movimento delle braccia e della bocca può variare da paese a paese, come i gesti di saluto; la stretta di mano che è ormai internazionale non è ad esempio permessa tra uomini e donne nei paesi di religione musulmana, più tradizionalisti.

Prosemica:

la distanza permessa e tollerata tra un individuo e un altro può anch'essa variare da una cultura a un'altra e questo spazio privato intorno alla persona in cui possono entrare solamente le persone consentite, può essere più o meno ampio.

Nei paesi mediterranei e sudamericani è generalmente inferiore e in molti paesi arabi, consente addirittura il contatto, mentre, nei paesi nordeuropei e nordamericani, lo spazio privato è maggiore e un'eccessiva vicinanza, associata a gestualità elevata e alto tono della voce, viene considerata una forma di aggressività e maleducazione.

Paraverbale:

Volume, tono della voce e velocità nel parlare possono anch'essi variare culturalmente e creare degli attriti e delle mal comprensioni.

Le culture sudamericane e quelle mediterranee si esprimono abitualmente in maniera più vivace mentre quelle nordeuropee e quelle asiatiche, in maniera più controllata.

Anche le pause e i turni nel parlare possono variare culturalmente; sovrapporsi è considerato sempre un segno di maleducazione e aggressività ma in alcune realtà mediterranee, come da noi in Italia, è a volte considerato un indice di coinvolgimento nella conversazione. Contrariamente a ciò, la popolazione cinese in segno di rispetto, quando comunicano tramite la lingua veicolare, come l'inglese, inseriscono una pausa di riflessione prima di rispondere, percepita come forma di scarsa comprensione da parte dei nativi di lingua inglese.

Delle pause troppo lunghe e il silenzio generalmente creano imbarazzo ma non nelle popolazioni nordeuropee, (ad eccezione della Gran Bretagna) e nel Medio ed Estremo Oriente.

Come abbiamo fin ora analizzato, queste divergenze valoriali nel linguaggio verbale e non verbale si traducono in forme diverse di esprimersi e comunicare; nelle "culture ad alto contesto" lo stile comunicativo è circolare, indiretto, socio-centrico mentre, nelle "culture a basso contesto", è diretto, lineare e idio-centrico.

Nelle culture collettivistiche, in linea generale, si evitano le domande chiuse, vale a dire, quelle che implicano una risposta negativa, per

evitare imbarazzo e attrito, così come l'uso dei pronomi "Io" e "Tu", troppo personalizzanti.

Nelle "culture a bassa distanza dal potere", si evita solitamente l'uso dell'imperativo perché ritenuto scortese, mentre è di normale uso in quelle "ad alta distanza dal potere" inoltre, l'uso del superlativo assoluto è molto presente nelle culture individualistiche dove è apprezzata l'esaltazione del singolo, cosa che è invece considerata eccessiva nelle culture collettivistiche dove è ammirato "il profilo basso", in linea con l'armonia generale.

Per finire, nelle "culture a bassa distanza gerarchica", si fa molta attenzione a ciò che sia politicamente corretto evitando espressioni che possano discriminare delle minoranze, rispetto a genere, razza, etnia, sesso, età e stato fisico, un'attitudine considerata eccessiva e ipocrita in molte altre culture.

Le differenze valoriali si riflettono in differenti comportamenti sociali che incidono nei rapporti interpersonali in tutti gli ambiti di azione della vita di un individuo o di un gruppo.

Un elemento di grande incidenza è appunto la distanza dal potere in una cultura; maggiore è la distanza gerarchica e più alto è il livello di formalità richiesto nel comportamento, nell'espressione e in generale, nella comunicazione.

Negli Stati Uniti, ad esempio, la comunicazione sociale è basata su un'informalità generale, in ambito scolastico, lavorativo, pubblico e professionale, con l'utilizzo del nome proprio in maniera diretta, in Cina invece, si utilizza un nome differente in base al contesto, (familiare, scolastico, pubblico o lavorativo), ponendo prima l'appellativo di appartenenza di genere (sig. o sig.ra) poi il cognome e poi in nome.

Molte differenze culturali sono intrinseche nelle lingue stesse, ad esempio, in inglese, la mancanza di una forma di cortesia distinta come il nostro "LEI", rende necessario l'uso del THANK YOU e del PLEASE per esprimere l'intenzione e il tono del messaggio espresso in relazione alla persona a cui è indirizzato, mentre in Cina, l'uso del "grazie" è esclusivamente destinato ad azioni che vadano oltre il dovere della persona.

Nelle "culture ad alta distanza dal potere" in alcuni ambiti, le relazioni sono permesse solamente tra persone dello stesso status sociale.

Alcune espressioni di esaltazione, relative al raggiungimento di un obiettivo e del proprio successo, sono ritenute normali nelle culture di tipo individualistico, ad alto tasso di competitività ma poco comprese e apprezzate in quelle collettivistiche e ad "alto tasso di femminilità", dove, in nome della tutela dell'armonia generale, vengono apprezzati il basso profilo e la collaborazione, inoltre, in alcune culture individualiste è fondamentale ammettere i propri errori mentre in quelle collettiviste, l'ammissione dell'errore è sintomo di debolezza.

Le suddette differenze valoriali si manifestano anche nei modi di affrontare e risolvere i conflitti, tramite comportamenti e approcci nettamente distinti, in base al livello di apertura e chiusura nell'espressione emotiva, al proprio stile comunicativo, diretto o indiretto, appartenenti alla propria cultura.

La Discussione è un approccio usato in linea generale dalle culture a basso contesto e a medio e alto livello d'astrazione e prevede uno stile diretto, bassa espressività emotiva, il basarsi sui fatti da esaminare con calma e razionalità.

(Stati Uniti, paesi Anglo-Europei, Australia, Nuova Zelanda e Europa del nord).

Il Coinvolgimento è uno stile comunicativo diretto ma caratterizzato da espressività emotiva, tramite il linguaggio verbale, la gestualità e la mimica ed è tipico dei paesi di cultura a "basso contesto" e ad "alto livello di astrazione" ma con un'attenzione particolare alle relazioni.

Tra questi paesi, abbiamo quelli dell'Europa del sud e dell'Europa centrale, l'America Centrale, Russia e Israele, mentre negli Stati Uniti, è un comportamento comunicativo tipico degli afro-americani.

L'accomodazione è un approccio comunicativo che caratterizza le culture "a basso livello di astrazione" e ad "alto contesto" come quelle orientali, sudamericane e quella dei nativi degli Stati Uniti ed è basato su una modalità espressiva indiretta e bassa espressività emotiva per evitare eventuali contrasti e confronti diretti, tramite l'impiego di un linguaggio non esplicito, ricco di metafore e racconti che accontentino, almeno formalmente, i sentimenti di entrambe le parti coinvolte, a scapito a volte della chiarezza.

Lo Stile Dinamico è basato su uno stile comunicativo indiretto ma con un marcato livello di espressione delle emozioni, anche in questo caso, attraverso l'uso di metafore e narrazioni, in una modalità più accesa ed emozionale, dando la sensazione di trattare gli argomenti e le questioni irrazionalmente; questo stile comunicativo è molto presente nei paesi del Medio Oriente.

Un altro importante elemento valoriale sensibile a divergenze nelle diverse culture e alla base di contrastanti comportamenti a livello sociale è la percezione del livello personale di privacy; questo è molto più rigido e assoluto nelle culture individualistiche, dove la mancanza di rispetto dello stesso, è vissuta come una violazione inaccettabile quando arriva da persone non appartenenti allo stretto cerchio di amici e familiari.

Nelle culture collettivistiche invece, è normale condividere gli eventi privati, anche se relativi allo stato di salute proprio o dei propri cari, come forma di interesse e condivisione.

Ultimo elemento alla base di comportamenti sociali discostanti nelle varie culture è la percezione e gestione del tempo.

L'antropologo, psicologo olandese Geert Hofstede la definisce "Orientamento Temporale", relativo al differente modo di considerare e gestire il tempo in particolare relazione con i seguenti elementi:

-il concetto di puntualità: molto rigido e fermo in paesi come la Germania e molto elastico e vago in paesi di cultura orientale, araba e africana,

-il considerare il tempo come denaro: percezione che appartiene maggiormente ai paesi di cultura individualistica dove il raggiungimento dei propri scopi è primario rispetto ai rapporti interpersonali, dove il tempo è quindi sempre destinato al raggiungimento di mete ambite e quindi vissuto in maniera strettamente controllata.

Nelle culture asiatiche, mediterranee e africane, la percezione e l'uso del tempo sono più elastici e si dà più importanza e spazio ai preliminari di conoscenza reciproca prima di intraprendere qualsiasi azione o trattare altre questioni.

Nella cultura americana e in quella nord-europea, l'uso del tempo si basa su una stretta programmazione e strutturazione, cercando di terminare un'azione prima di iniziare un'altra in maniera ordinata, in riferimento a uno stile cognitivo legato alle procedure e alla metodica, espressione anche del generale basso livello di tolleranza dell'incertezza, come abbiamo analizzato in precedenza.

A tal proposito, è importante ricordare che nelle culture occidentali è naturale percepire e proiettarsi nel tempo al presente e al futuro mentre nelle culture musulmane, ad esempio, parlare utilizzando verbi al futuro può essere considerato addirittura blasfemo in quanto, solo Allah è padrone degli eventi futuri e del tempo, un'attitudine che appartiene in parte anche ai paesi di religione cattolica dove un simile concetto è espresso da frasi quali, "se Dio vuole" o "a Dio piacendo" che forse hanno perso con il tempo il loro potere e valore originario, per mezzo di un comportamento sempre più laico, dove l'uomo si considera al centro delle proprie azioni, manifestando un maggiore potere di controllo sulla natura e sul tempo.

Capitolo 3

L'Etica della Comunicazione²¹ e la Mediazione Linguistica

L'atto filosofico per eccellenza è la riflessione sull'agire che, in filosofia, è considerata essa stessa "l'agire proprio", in quanto implica un'arresa di consapevolezza delle azioni intraprese, un arresto nell'azione di intraprenderle per comprendere meglio, in base alla situazione, quali siano quelle più corrette da svolgere, nel proprio interesse e in quello della comunità, in linea generale o in un particolare ambito.

La parola "etica" deriva dal termine greco antico "ethos" che significa "comportamento" o "costume" del singolo, in intimo legame con il gruppo o la comunità dove il singolo agisce dove l'agire può divenire un uso, un costume o un'abitudine, che se condivisi nell'ambito di un gruppo, si traducono in elementi che ne caratterizzano l'identità.

"Ethos" trova in latino un unico termine corrispondente nella parola "mos", "moris" e nelle lingue sue discendenti, ritroviamo ambedue i termini sotto la forma distinta di "morale" e "etica", usati per indicare con il primo, la prassi delle nostre azioni, in relazione all'ambito, al contesto e alla sfera sociale in cui viviamo e alla quale ci relazioniamo e con il secondo, la riflessione su esse, tanto nel contesto personale quanto nella dimensione delle regole comuni al gruppo.

Elaborando una distinzione tra i due termini, per non fare confusione, viene incluso nell'espressione "filosofia morale" o "etica filosofica", lo studio della prassi delle azioni umane in relazione ad una comunità, un gruppo, una società un ambito dove i singoli individui agiscono e nell'espressione "meta-etica" o "meta-morale", la ricerca sulla natura dell'etica stessa e sui metodi di maturazione dei principi ad essa connessi.

Fin dal mondo antico, la filosofia si è basata su delle interrogazioni il cui fine era analizzare e scoprire ciò che qualcosa è e i vari modi del suo essere, ricercandone gli scopi. Le stesse interrogazioni sono applicate nel campo dell'etica riguardo "l'agire", chiedendosi cos'è quello che stiamo facendo, come, perché e per quale scopo lo si faccia o lo si debba fare, quali ne siano le conseguenze e in sintesi, che senso abbia il nostro agire.

Queste domande appartengono a ogni uomo e il voler analizzare i modi dell'agire, comporta individuarne le cause in base alle quali elaborare correzioni e previsioni sui comportamenti futuri, in base agli scopi da raggiungere.

²¹ Cfr. Sito Web "informa3W.altervista.org"

Prima di proseguire, è essenziale dare una definizione di etica applicata come disciplina sviluppata nella seconda metà del 1900, che si occupa di ambiti di riflessione sul comportamento umano, con lo scopo di approfondire e regolamentare le azioni umane in determinati campi, in particolare relazione con l'impatto che lo sviluppo scientifico, medico e tecnologico ha sulla vita dell'individuo; tra le etiche applicate troviamo la bioetica, l'etica dell'economia, l'etica ambientale e vari aspetti dell'etica pubblica.

Anche l'etica della comunicazione rientra nella sfera delle etiche applicate e si è sviluppata anch'essa nella seconda metà del 1900, sebbene l'interesse per gli aspetti etici dei comportamenti umani sia antico come la filosofia.

Nella riflessione contemporanea riguardo questa materia, è sempre più necessario l'analisi degli aspetti etici in campo comunicativo in particolare legame con l'avvento e lo sviluppo crescente della comunicazione di massa e del dominio dei suoi mezzi, dove spesso vige una disattenzione per le regole e i principi di rispetto degli utenti, nonché un abuso degli stessi in linea generale.

In questo particolare ambito, il compito dell'etica della comunicazione è fondamentale per stabilire e motivare, in termini filosofici, l'adozione consapevole di comportamenti definiti come "buoni" in senso morale, ai fini comunicativi, sia nella sfera privata, sia nel caso in cui la comunicazione sia per alcuni individui un mestiere.

Infatti, sia per gli operatori della comunicazione che per le persone operanti in ambiti privati, è importante evitare di cadere in una condizione generale di diffusa irresponsabilità e per questa ragione, il fine dell'etica della comunicazione, in quanto disciplina filosofica, è quello di rendere consapevole l'individuo delle proprie responsabilità e di riappropriarsene, individuando quei principi di comportamento necessario nell'agire comunicativo.

Possiamo quindi definire l'etica della comunicazione, come la disciplina che analizza, individua e approfondisce quelle nozioni morali e quei principi di comportamento, all'opera nell'agire comunicativo, con lo scopo di incoraggiare l'assunzione di condotte ritenute da essa opportune; è per questo che viene considerata pari alle altre etiche applicate, mettendo essa in atto i principi morali stabiliti dall'etica generale.

Nel corso del 1900, il concetto di "agire comunicativo" si è evoluto nella realizzazione che il "comunicare" è di base un atto dinamico, incluso nella sfera delle possibilità e per questo ha stimolato la ricerca e l'analisi del "comunicare", in quanto azione per stabilirne le ragioni, i processi e gli scopi, distinguendosi da altre discipline, prettamente legate allo studio del linguaggio umano, ritenendo l'attività del comunicare, parte del pensiero umano.

Dato che "comunicare" vuol dire "trasmettere", che siano pensieri, idee, informazioni, notizie e messaggi in genere, possiamo dire che si

può comunicare "bene" o comunicare "male" e che l'impegno etico si rivela necessario sia nell'atto comunicativo quotidiano e interpersonale, sia nell'attività di coloro che della comunicazione ne fanno la loro professione, come nel caso del Mediatore Linguistico, di coloro che lavorano nel campo dei Media o in campo artistico.

In tal senso, possiamo distinguere l'etica della parola, l'etica della scrittura e l'etica delle professioni comunicative, ossia quelle relative ai mass media, ai social network o al giornalismo, così come alle professioni che si svolgono nell'ambito della traduzione o della mediazione linguistica, accumulate tutte da una necessaria relazione di fiducia tra gli individui e i gruppi di individui coinvolti, (chi parla e chi ascolta, chi scrive e chi legge), basata sulla credibilità e il senso di responsabilità di chi origina, elabora e trasmette il messaggio, il quale dovrebbe custodire, proteggere e garantire questa dimensione di fiducia e credibilità, sulla base delle competenze acquisite nel campo e sulla base della propria evoluzione personale.

In tal caso, diviene opportuna la distinzione tra "verità" e "veridicità": la Verità esprime una corrispondenza tra ciò che si dice e ciò che è mentre la veridicità, tra ciò che si pensa e ciò che si dice.

Esaminando alcuni ambiti professionali, che incidono fortemente sulla società e la collettività, si può provare ad analizzare il fenomeno dell'etica della comunicazione in campo giornalistico, dove l'attività comunicativa è necessariamente basata su codici deontologici, nel rispetto responsabile dell'opinione pubblica e dove, nonostante ciò, a volte, vengono sacrificate l'obiettività, la correttezza e la verità, subordinando l'informazione alle esigenze di una propaganda di tendenza o di una coesione di opinione comune, presenti in un determinato momento, interpretando il mondo, senza per questo rispecchiarlo in maniera diretta. Ciò comporta inevitabilmente, problematiche in campo informativo laddove ci sia, a causa di una tale condotta, una manipolazione della realtà, una mercificazione delle notizie o anche una sovrabbondanza di informazioni confuse.

La televisione, come mezzo di comunicazione, presenta anch'essa delle criticità che si riflettono in una fusione tra la realtà e l'irrealtà, nel rapporto tra finzione e verità, che spesso conduce alla percezione e alla sensazione che ciò che si vede sia vero e ciò che non si vede non lo sia, offuscando la distinzione tra realtà e apparenza. Anche in questo campo, sono stati elaborati dei codici deontologici per garantire il rispetto nei confronti dell'utente ma alla base, il concetto su cui bisognerebbe sempre basarsi in tutti gli ambiti comunicativi, è il concetto di responsabilità.

Un altro campo, nel quale il concetto di etica della comunicazione risulta di fondamentale importanza, è il mondo di internet e di tutta la comunicazione che avviene sulla rete, la quale, svolgendosi in uno spazio virtuale, assumendo un enorme potere d'impatto sulla vita sociale, specialmente dei piccoli e dei giovani, e sull'opinione

pubblica, rischia di "virtualizzare" la realtà, facendole perdere consistenza, decostruendola e facendola spesso trasformare in apparenza; da qui è nata l'etica di internet, quell'insieme di regole, principi e comportamenti da adottare nell'utilizzo della comunicazione in rete, in tutte le forme e possibilità comunicative che offre, per le quali sembrerebbe prevista una forma di controllo che applichi eventuali sanzioni, qualora le suddette regole di comportamento non siano rispettate e per la tutela generale dei diritti umani, soprattutto dei diritti dei minori, a livello educativo, psico-fisico e sociale.

Non essendovi però un supervisore generale che controlli la comunicazione in rete nella sua totalità, a parte la polizia postale e degli organismi governativi e intergovernativi, la responsabilità ricade sulle amministrazioni delle singole piattaforme dei social network e necessariamente sui singoli fruitori, sui singoli individui, i quali, sono sempre tenuti ad assumersi delle responsabilità nel proprio agire comunicativo. Tutte queste riflessioni, interrogazioni e ricerche, riguardanti i principi comportamentali a livello etico negli ambiti comunicativi descritti, fanno parte dell'etica normativa, la parte centrale dell'etica che sta tra l'etica applicata e la meta-etica e che ha lo scopo di sviluppare e gestire i principi dell'agire morale in particolari ambiti, come in quello comunicativo.

Ma da cosa può dipendere l'etica del comportamento umano?

Nel corso del tempo, in base alle ricerche filosofiche svolte in questo ambito, in particolare quelle del filosofo R.L. Johannesen,²² sono stati elaborati delle differenti ipotesi, basate su principi diversi, considerati, volta per volta, l'elemento fondamentale a garantire un livello etico nella comunicazione umana.

Il primo modello considerato è quello per il quale l'etica della comunicazione sia fondamentalmente da ricercare nella "Natura Umana".

Il primo aspetto della natura dell'uomo a essere preso in considerazione, è la "razionalità" e prendendo spunto dalle teorie di Aristotele, per il quale l'uomo è di base un animale razionale, un'etica della comunicazione fondata esclusivamente su questa caratteristica, trova nell'uso della ragione l'elemento etico principale, in base al quale l'uomo comunica, senza tener conto delle componenti emozionali, utilizzando esclusivamente un linguaggio neutrale, freddo ed essenziale, come quello che viene generalmente usato in campo scientifico. Ciò fa dedurre che nella natura umana convivono una parte razionale e una parte emozionale la quale, da questo punto di vista, verrebbe considerata negativa ai fini comunicativi, ipotesi contrastata dallo stesso Aristotele nella Retorica, dove il ruolo delle emozioni viene definito come di fondamentale importanza ai fini

²² Cfr. Luciana Ceri, "Etica Della Comunicazione" in rif. a R.L. Johannesen in "Ethic in Human Communication" (1975) per l'analisi dei cinque paradigmi.

comunicativi, in quanto in grado di arrivare al cuore e all'emozionalità di chi ascolta. Le emozioni, in tutte le loro gradualità, sono quindi il secondo elemento della natura umana, considerato nella ricerca di un valore su cui basare un'etica della comunicazione, rivelandosi importanti nel richiamare e mantenere l'attenzione su ciò che si sta dicendo ed espletando altresì una mera funzione cognitiva in quanto, l'attenzione crea conoscenza e non vi è conoscenza in mancanza di attenzione di cui le emozioni si fanno veicolo.

Un altro importante aspetto della natura umana che può essere considerato valido nell'analisi di un modello etico della comunicazione è la capacità dell'uomo di comunicare tramite "simboli" ovvero, di trasformare i propri pensieri, idee, sensazioni, emozioni ed esperienze in forme simboliche come un'opera letteraria, una poesia, una composizione, un dipinto; questa è la comunicazione degli artisti, su cui mi soffermerò più avanti e prendere questa caratteristica come la principale per garantire un buon livello etico nella comunicazione, vorrebbe dire esaltare ogni forma comunicativa basta su processo creativo, capace di trasmettere a chi è rivolto, il contenuto e il senso delle proprie esperienze, delle proprie emozioni e delle proprie idee, trasformate nelle forme simboliche create.

La "persuasione" è un altro requisito considerato peculiare ai fini di questa analisi e implica valutare il livello etico della comunicazione in base alla capacità di persuadere e di essere persuasi. Il filosofo Henry Johnstone²³ ha elaborato in tal ambito, "un'etica della retorica" nella quale evidenzia l'importanza di favorire e considerare etica, la comunicazione che si basi sul principio di "persuadere" e di farsi persuadere, implicando però una serie di doveri verso se stessi e gli altri, tra cui: il **dovere di risolutezza**, ossia, il dovere di non accettare le argomentazioni altrui in maniera acritica e non riflessiva, il **dovere di apertura** ovvero, quello di ascoltare con attenzione le opinioni altrui, senza concentrarsi solo sulle proprie, il **dovere di astenersi dalla violenza**, sia fisica che psicologica e il **dovere di compassione**, cioè, il dovere di ascoltare gli altri nel loro interesse più che nel proprio. Questa teoria implica il fatto di non usare la comunicazione con lo scopo di impedire agli altri di esprimere le proprie opinioni e a tal proposito, anche il professor Robert L. Scott²⁴ sottolinea l'importanza di rispettare le opinioni altrui e le divergenze, nell'interazione comunicativa, come base per lo sviluppo della conoscenza. Ultimo fattore da tener presente, è il **dovere di assumersi le proprie responsabilità** relative alle conseguenze indesiderabili causate dalla propria comunicazione e mi sembra

²³ Crf. Luciana Ceri, "Etica Della Comunicazione" Il Mulino, pag. 41, in rif. a H.W. Johnstone Jr., "Toward an "Ethics of Rhetoric", 1981

²⁴ Crf. Luciana Ceri, "Etica della Comunicazione" edizioni il Mulino, 2018, in rif. a R. L. Scott, "On Viewing Rhetoric as Epistemic" in "Central States Speech Journal", 1967

importante citare, in questo ambito, il pensiero del professore, filosofo Christopher Lyle **“le parole hanno delle conseguenze e quando una persona parla, per il modo come lo fa e per quello che dice, incide sempre, in qualche maniera, sulla vita degli altri individui, da ciò, la deduzione che ognuno sia responsabile di ciò che dice in quanto il nostro discorso è una forma di scelta di attività”**; Johnstone, il quale considera la retorica un fenomeno strettamente legato al sapere, facendo notare che, è per questo che la comunicazione individuale è soggetta a valutazione morale.

In ultima analisi, il professore, giornalista e oratore americano Ralph Eubanks²⁵, essendo uno dei maggiori sostenitori del modello etico basato sulla creatività e sulla capacità umana di creare valori, relativi a stati di cose, oggetti, esseri viventi, idee e così via, e di saper quindi valutare, individua, oltre all’aspetto epistemico, l’aspetto valutativo e la capacità di giudizio, attribuendo alla “veridicità”, un ruolo importante nell’atto comunicativo, condannando condotte tese ad occultare la verità, a falsificare i fatti e le prove per denigrare una tesi e sostenerne un’altra o per imporre le nostre vedute.

In conclusione, la ricerca dell’etica della Comunicazione, sulla base dell’analisi della Natura Umana, non può essere confinata ad un solo aspetto ma è piuttosto basata su tutti questi elementi su descritti, considerando la vastità delle peculiarità insite nella natura dell’uomo e delle possibili varianti comportamentali che ne possano derivare, in base allo stato della persona e come afferma il filosofo D. Hume²⁶, “non è sempre possibile dedurre il “dovere” dall’“essere”

Un secondo modello in esame è quello fondato sulla distinzione nell’uso del monologo e del dialogo, i quali non esprimono un valore positivo o negativo di per sé, ma ne assumono la natura in base all’uso che se ne fa, in base alle proprie intenzioni e in rapporto con la propria disposizione mentale. Il monologo implica un flusso comunicativo in una direzione, considerato molto simile al meccanismo della “persuasione” da chi preferisce il modello dialogico, attribuendogli un valore negativo per l’intento di convincere e influenzare le persone, a cui è rivolto, nel raggiungimento dei propri obiettivi, trattandole come strumenti della propria comunicazione, piuttosto che come interlocutori.²⁷ Anche il filosofo M. Buber nel “Principio Dialogico e Altri Saggi”, distingue due atteggiamenti distinti nell’agire comunicativo: “IO-ESSO, ossia, l’atteggiamento fonologico

²⁵ Cfr. R. Eubanks, “Reflections on The Moral Dimension of Communication” in Southern Speech Communication Journal, 1980

²⁶ Cfr. D.Hume, “Trattato sulla Natura Umana” (1739-1740), in Id. “Opere Filosofiche” Vol I, “Trattato sulla Natura Umana”, a cura di E. Lecaldano, Roma-Bari, Laterza (1987)

²⁷ Cfr. E. L. Shostrom in “Man, The Manipulator”, New York, Bantam Books, 1968

nella sua forma manipolativa e quello IO-TU, che esprime invece l'attitudine al dialogo nella sua compiutezza; secondo lui, gli altri individui sarebbero trattati come oggetti da usare per i propri fini, differentemente dall'atteggiamento dialogico che si rivela più schietto, diretto, non manipolativo e inclusivo, teso a vedere gli altricome persone, senza per questo rinunciare alle proprie opinioni, escludendo però ogni forma d' imposizione delle stesse sugli altri.

Questi afferma che nella comunicazione umana vi è un'alternanza tra atteggiamenti "monologici" e "dialogici" nei gradi intermedi della comunicazione, condannando nettamente l'uso manipolativo del monologo ma, come abbiamo avuto modo di esprimere in precedenza, ogni attitudine comunicativa è positiva nella misura in cui sia usata sulla base delle buone intenzioni, nel rispetto di sé e degli altri individui.

Il terzo paradigma, preso in esame nella ricerca filosofica, è quello che pone l'attenzione sulle persone o sul gruppo, come elemento primario per stabilire il livello etico della comunicazione, ponendo in primo piano il pubblico; questo modello può essere visto come inerente alla sfera comunicativa del "situazionismo etico" o "etica della situazione", prevedendo che i principi morali debbano essere stabiliti in base alla natura dei destinatari, che possono variare in base al contesto ed è affine al modello dialogico, comportando l'impegno ad evitare ogni forma di uso manipolativo della comunicazione; è importante però che chi comunica, seguendo questo modello, non ricada in secondo piano, mettendo l'attenzione maggiormente sul "come" si comunica piuttosto che sul "cosa".

L'ultimo criterio preso in esame per stabilire un livello etico della comunicazione è quello "utilitaristico", un'applicazione alla sfera della comunicazione della teoria dell' "utilitarismo universale", teoria etica di tipo consequenziale, attestante che, un atto è giusto se produce altrettanta utilità di quella prodotta da qualunque altro atto possibile, in base al concetto generale in cui, l'utilità di ogni azione deve produrre il massimo grado della stessa, per il maggior numero possibile d'individui coinvolti. Ne è un esempio, la teoria etica di Winston Brebeck e William Howell,²⁸i quali considerano l'Utilità Sociale, il fine generale da perseguire nella comunicazione, considerando le sue conseguenze positive e negative, a breve e a lungo termine, sul gruppo sociale coinvolto, deducendo quindi che l'agire comunicativo debba produrre il maggior beneficio e il minor danno possibili, al maggior numero di persone coinvolte. I principi di applicazione di un'etica comunicativa, fondata sull'Utilità Sociale, sono strettamente relativi al contesto, dipendenti come sono dal Gruppo

²⁸ Cfr. Luciana Ceri, "Etica della Comunicazione", ed. Il Mulino, (2018) in rif. a W.L. Brebeck e W.S. Howell, "The Ethical Dimension of Persuasion in Id. "Persuasion, A Mean of Social Influence", Englewood Cliffs, Nj. Prentice Hall, 1976

Sociale in questione e dalle circostanze in cui la comunicazione avviene nonché dai valori predominanti in quel gruppo o società dove gli individui vivono.

A volte, per garantire il bene maggiore, può succedere che vengano considerati meno i diritti del singolo, in nome di quelli del gruppo poiché questa teoria è rivolta a promuovere l'interesse per l'utilità collettiva e per questa ragione, nel corso del secolo scorso, è stata elaborata la distinzione tra "utilità dell'atto" e utilità della regola"; il primo valuta l'azione svolta in base alle conseguenze che causa, il secondo, in base alle conseguenze derivanti dal rispetto o meno del principio morale espresso dalla regola e in questa visione, il secondo prevale sempre sul primo in quanto, se un'azione, seppur garantendo un buon livello di utilità sociale, violi il diritto primario di una persona e l'astenersi dal compierla, in base al rispetto di una regola fondamentale, comporti una ancora maggiore utilità sociale, per il principio dell'utilità della regola, quell'azione non dovrebbe essere compiuta. Il contrasto tra utilità sociale e diritti individuali emerge quindi anche nella comunicazione, specialmente quella pubblica, divenendo quindi essenziale, in tal ambito, valutare caso per caso, prevedendo e applicando una valutazione deontologica per l'analisi dei singoli atti.

La Mediazione Linguistica

Riprendendo un argomento trattato precedentemente e riguardante coloro i quali fanno della comunicazione il proprio mestiere, vorrei parlare di un'attività linguistico culturale molto complessa, che si svolge in molti ambiti diversi, la mediazione linguistica.

La parola "mediazione", insieme ai termini "mediare" e "mediatore", sono entrati nel nostro lessico recentemente e la mediazione è generalmente interpretata come attività legata al fenomeno dell'immigrazione, il quale, determinando nuovi contatti tra culture e lingue diverse, ha reso necessario l'intervento del "mediatore linguistico-culturale", come ponte tra queste differenti realtà. IL Common European Framework of Reference for Language Learning, Teaching Assessment (CEFR), (Council of Europe 2001), che è il più importante documento di politica linguistica europea, invece, considera la mediazione linguistica sinonimo di traduzione, scritta e orale e quindi appartenente esclusivamente a questo ambito d'azione. Il termine Mediazione deriva dal Latino, "medium", con il significato di "mezzo" e poi nel latino tardo, dai termini "mediatio", "mediator", iniziando ad apparire in età seicentesca per indicare l'intervento svolto da una terza persona, tra due o più parti, con lo scopo di far raggiungere un reciproco accordo, in vari ambiti d'intervento, in caso di conflitto, trattativa, in qualità di figura "ponte", intervenendo anche negli affari pubblici, sulla base della conoscenza delle leggi e dei

sistemi politici, come anche nell'ambito delle organizzazioni in genere, in quanto aiuto per arrivare a delle risoluzioni, consigliando le parti coinvolte. Ci troviamo dunque di fronte a due categorie o definizioni della mediazione linguistica, quella che la considera una disciplina di natura socio-antropologica, focalizzata sulla dimensione culturale e interculturale, come apertura verso le altre culture, in un processo di "ibridazione" che la mediazione favorisce, e quella che vede la mediazione come un fenomeno o un processo linguistico e interlinguistico, che si attiva tra le lingue per mezzo della traduzione.²⁹ Lo studioso di traduzione, Anthony Pym, invece, sottolinea come il concetto di mediazione linguistica riguardi e gestisca tutto ciò che accade quando due lingue entrano in contatto, considerando l'interpretariato e la traduzione come pure forme di Mediazione, così come la "localizzazione", ossia, il processo di lavorazione e trasformazione di un sito web per renderlo più accessibile e adatto alle esigenze del destinatario. Inoltre, questa disciplina viene altresì considerata un processo di negoziazione dei significati nell'interazione sociale, dove la figura del mediatore sociale assume un ruolo complesso ma potente, nel compito delicato di portatore responsabile del pensiero altrui. Altri studiosi ed esperti, come la professoressa Bessie Dendrinos, per contro, si rifanno maggiormente alla definizione del CEFR, considerando il mediatore un mero "utente linguistico", il quale svolge il ruolo d'intermediario tra interlocutori che non sarebbero in grado di comprendersi, parlando lingue diverse; una definizione forse limitante ma in qualche modo primaria e comunque alla base di qualsiasi tipo di interlocuzione o trattativa, dove sia necessaria un'operazione di mediazione al fine di comprendersi.

Il documento europeo CEFR³⁰ si interessa alla mediazione in relazione allo sviluppo delle politiche economiche e linguistiche europee degli ultimi 25/30 anni, che hanno condotto ad un cambiamento caratterizzato dalla valorizzazione del fenomeno del plurilinguismo come un'occasione di crescita economica e di un più vasto dialogo interculturale a livello europeo, occupandosi di proporre delle linee guida nel settore dell'apprendimento, insegnamento e valutazione linguistica, nell'ambito delle quali la mediazione gioca un ruolo fondamentale. Il CEFR collega fortemente il concetto di mediazione alle modalità attraverso cui si svolge la comunicazione, vale a dire, produzione, ricezione e interazione, considerandola essenziale perché la comunicazione prenda forma, ma non la considera essenzialmente riservata a specialisti in quanto fa parte della normale comunicazione linguistica caratterizzante la nostra società. Secondo il documento

²⁹ Cfr. Laura Gavioli, "La Mediazione Linguistico-Culturale: una prospettiva interazionistica", (2009)

³⁰ Cfr. Sabrina Marchetti e Raymond Siebetchu, "Che Cos'è La Mediazione Linguistico-Culturale, ed. Il Mulino, 2017, pag.29

europeo, la mediazione entrerebbe in gioco in maniera evidente in quattro distinte situazioni:

-quando un utente/apprendente di una lingua recepisce un testo e ne produce uno collegato ad esso, per renderlo comprensibile ad un altro utente/apprendente che avrebbe difficoltà nel comprendere il testo di partenza.

- quando un utente/apprendente di una lingua agisce da intermediario tra due interlocutori che non si comprendono, perché di diversa lingua e cultura.

- quando un utente/apprendente di una lingua interpreta un fenomeno culturale in relazione ad un'altra cultura.

- quando un utente/apprendente di una lingua partecipa ad una conversazione o a una discussione che mette in gioco diverse lingue, utilizzando il proprio repertorio plurilingue e pluriculturale.

Tali ambiti di azione e tali processi sono resi possibili dal fatto che l'uso e nel contempo, l'apprendimento di una lingua, sono frutto di un costante contatto tra la propria dimensione individuale e quella sociale e dato che il contesto di apprendimento è soggetto a cambiamenti e variazione continua, il modo con cui un individuo apprende una lingua varia con esso e ne viene fortemente influenzato infatti, tale contatto implica una continua azione di mediazione interna, mettendo in gioco tutte le competenze generali dell'utente, le conoscenze acquisite, i suoi valori e le sue credenze; anche gli interlocutori e i diversi apprendenti di una lingua mettono in atto un processo di negoziazione e ricreazione di senso, sviluppando percezioni ed interpretazioni e ogni utente è dunque costretto a mediare, pena l'incomprensione e quando l'evento comunicativo risulta complesso, richiede l'intervento di una terza persona.

Capitolo 4

La Comunicazione Artistica e Musicale³¹

Volendo riprendere il modello di comunicazione basato sulla capacità umana di creare "simboli", analizzato in precedenza, mi sembra importante dare spazio e parlare di una forma di comunicazione "simbolica" che esprime il suo più alto potere nella creatività, in tutte le sue forme artistiche e in particolare, in quella musicale.

La natura fondamentale che distingue la musica, nella sua concezione linguistica, è la sua peculiare semanticità che si pone alla base di una forma di espressione distinta da quella verbale, pur contenendo in sé degli aspetti linguistici, comprensibili maggiormente se si ricorre ad un paragone con la teoria linguistica generale, fondamentale per due ragioni precise, ovvero, per dare un senso e un contenuto all'espressione "linguaggio musicale", che rischia altrimenti di restare un concetto astratto, in quanto, solo facendo un paragone tra il linguaggio musicale e il linguaggio in generale, si riesce a capire in che misura l'arte dei suoni sia un linguaggio, e un secondo motivo, legato alla ricerca contemporanea, che vede la linguistica come elemento centrale nell'ambito dello studio delle scienze umane.

I contatti tra musica e linguaggio si ritrovano nell'uso dei suoi elementi sensibili, quali suoni e ritmi, sia da un punto di vista fenomenologico che da un punto di vista semiotico, nei loro aspetti linguistici, come espressione di analogie funzionali tra il linguaggio verbale e quello musicale.

Analizzando le analogie tra questi due mondi, possiamo asserire che la musica è un vero e proprio mezzo di comunicazione in quanto, contiene gli elementi fondamentali di ogni processo comunicativo:

- la fonte che produce il messaggio,
- il messaggio stesso,
- il destinatario che lo riceve.

La presenza di un esecutore accanto all'autore, non cambia il senso del processo in quanto, in alcune forme artistiche, come un'opera teatrale, una poesia, una canzone, è previsto l'intervento di un interprete che si renda veicolo e parte del messaggio stesso.

³¹ In Rif. a Giusy Negro "La Forza Comunicativa della Musica", WinScuola, 2022

Va considerata, prima di tutto, un'importante differenza tra la comunicazione linguistica, che è prettamente logico-referenziale, ovvero, si riferisce a cose, oggetti, idee e persone di cui parla (e solo in determinati casi assume un carattere estetico, come nel caso della poesia che dirige l'attenzione sulle proprie strutture ritmiche e verbali che acquisiscono così un'importanza centrale), e la musica che non contiene mai comunicazioni di tipo logico-referenziale, bensì, puramente di tipo estetico, dove il messaggio, prima di parlare di altre cose, parla di se stesso.

Facendo riferimento alle Funzioni della Comunicazione, descritte all'inizio di questo lavoro, la comunicazione musicale esprime quindi una funzione poetica o estetica.³²

- a) La musica, come il linguaggio, ha uno sviluppo lineare-temporale in quanto, i suoni si susseguono nel tempo ma rispetto alla monodimensionalità del linguaggio presenta un andamento anche bidimensionale e uno sviluppo verticale, strettamente legato anche alla sua trascrizione grafica, che viene accomunata alla trascrizione grafica del linguaggio.
- b) La musica ha carattere auditivo e utilizza lo stesso canale della comunicazione linguistica, utilizzando i suoni percettibili acusticamente che possono essere vocali o emessi da strumenti ma essenzialmente prodotti dall'uomo.

La musica, come arte e linguaggio universale, si basa sull'accostamento di suoni che possono subire l'influenza del tempo e delle epoche, conservando però intatta la capacità di far connettere la persona al suo mondo interiore e a ciò che lo circonda; l'esistenza della musica è strettamente legata ai compiti che assolve, all'interno del contesto e dell'ambiente culturale da cui prende forma e nel quale si concettualizza, rispondendo a delle esigenze che possono variare da società a società e volendo analizzare ciò che la musica produce nella società dell'uomo³³, le vengono attribuite queste peculiari funzioni universali:

-funzione comunicativa, in quanto, la musica comunica qualcosa;

³² Crf. Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica", winScuole, 2022 in rif. a R. Jakobson e la sua "Funzione Poetica" dove l'accento è posto sul "messaggio" per se stesso..

³³ Crf. Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica", winScuole, 2022, in rif. a G. Greco e R. Ponziano, "Musica è Comunicazione. L'Esperienza della Musica e della Comunicazione", Franco Angeli, Milano, 2007

-espressione delle emozioni, poiché si fa mezzo di espressione delle emozioni individuali, alle quali è strettamente legata e delle quali è veicolo, in relazione a fenomeni specifici e generali, personali e collettivi;

-funzione di intrattenimento, che svolge in tutte le società e in particolare, in quella occidentale;

-funzione della rappresentazione simbolica, nella sua rappresentazione simbolica di qualcosa come, i sentimenti, le idee, gli ideali, i comportamenti, etc..;

-contributo all'integrazione sociale, perché soddisfa il bisogno di partecipare a qualcosa che sia per tutti familiare, alimentando la certezza di appartenere ad un gruppo che condivide gli stessi valori, modi di vivere e le stesse forme artistiche, verso un costante senso di solidarietà, minimizzando le disuguaglianze sociali.

Tutte queste peculiarità non fanno altro che dare forza al nostro concepire la musica come pura forma di comunicazione, molto più immediata e diretta di altre forme analizzate, in questo slancio naturale dell'uomo verso il comunicare che unisce gli uni agli altri, nell'ambiente che li circonda, in un'avventura inevitabilmente rischiosa di comprendere ed essere compresi, uscendo dal proprio cerchio per costruire delle relazioni basate su affetti, solidarietà, interessi e linguaggi comuni, il cui risultato non è mai scontato, in quanto comunicare è la grande avventura dell'esistere.³⁴

Se questo processo è sottoposto a continui cambiamenti causati dal progresso e dalle incalzanti nuove tecnologie, che ne variano le modalità e gli strumenti a disposizione, ciò che resta inalterato è la necessità e la motivazione verso il dialogo e la narrazione che si pongono alla base del confronto dell'uomo con i propri simili; il dialogo è alla base dell'organizzazione della vita dell'uomo nel proprio ambiente naturale e la narrazione veicola e trasferisce la conoscenza, guidando l'uomo nell'interpretazione e nella comprensione del senso delle situazioni, degli eventi e delle esperienze della vita, in relazione con gli altri, in uno slancio evolutivo univoco, verso la comprensione della propria esistenza.

Alla base della comunicazione, quindi, vi è sempre un dialogo che sottintende la presenza dell'"altro", compreso "l'altro" che è dentro di noi.

³⁴ Cfr. Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica", winScuole, 2022 pag. 24 in rif. a A. Piromallo Gambardella, "Le Sfide della Comunicazione", Laterza, Roma/Bari, 2001

Le peculiarità del compito che la musica notoriamente svolge ovvero, commuovere gli animi, far distrarre e divertire, custodire e cristallizzare ricordi, farsi veicolo d'espressione e introspezione, nonché veicolo d'espressione delle emozioni, sono state inglobate e ampliate dall'etnomusicologo statunitense, Allan P. Merriam³⁵, (1923/1980), in dieci fondamentali funzioni:

- 1) Espressione delle emozioni
- 2) Godimento estetico
- 3) Intrattenimento
- 4) Comunicazione
- 5) Rappresentazione simbolica
- 6) Stimolo della risposta fisica
- 7) Potenziamiento del conformismo e del rispetto delle norme sociali
- 8) Supporto delle istituzioni sociali e dei riti religiosi
- 9) Contributo alla continuità e alla stabilità della cultura
- 10) Contributo all'Integrazione Sociale

Che si tratti di un gruppo di professionisti o di musicisti amatoriali, che cosa spinge l'uomo a fare musica?

Molti trovano nella musica una "ragione dell'essere" e per altri è solo un bisogno complementare ma per tutti, è un fattore potente di aggregazione poiché fare musica insieme vuole dire "creare" e "unirsi".

La musica, come le altre arti, è un "mezzo di unione tra gli uomini", sosteneva lo scrittore Lev Tolstoj, e nella storia, ogni popolo, in ogni epoca, ha dato origine alla propria produzione musicale e compositiva; la vera rivoluzione è avvenuta con l'invenzione dei sistemi di registrazione e riproduzione del suono partite dall'invenzione del fonografo di Thomas Edison nel 1877, il quale ha introdotto un processo di sviluppo tecnologico inarrestabile che ci ha condotto fino ai nostri giorni favorendo l'incontro, la conoscenza e la fusione di differenti suoni e ritmi, provenienti da ogni parte del pianeta, a causa dell'incontro di differenti culture e tradizioni veicolate dalla musica, e la creazione di nuove e moderne sonorità che ne sono derivate.

Questi nuovi generi e sonorità hanno attratto e interessato sempre di più, tanti tipi di pubblico differenti influenzando con il tempo intere generazioni; gli interscambi sonori, le

³⁵ Crf. Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica", winScuole, 2022 pag27/28/29 in rif. a A. P. Merriam, "Antropologia della Musica", Sellerio Editore, Palermo, 2000

ibridazioni musicali, le reciproche infiltrazioni semantiche e i condizionamenti nella composizione sono stati così tanti che a volte può essere complicato determinare una divisione e una distinzione tra i vari generi musicali e determinarne l'origine o i tratti primari delle culture di provenienza, inoltre, la circolazione delle informazioni musicali si è sviluppata così velocemente e ampiamente da determinare la nascita e l'evoluzione di linguaggi multiformi, nonché l'elaborazione di modelli compositivi sempre differenti, in un fenomeno ancora in evoluzione e probabilmente, inarrestabile; basti pensare alla occidentalizzazione della musica africana, araba o sudamericana, al jazz, alle sonorità di tipo orientale che hanno ispirato molti compositori importanti e che ritroviamo costantemente nei brani odierni, sia strumentali che sotto forma di canzone.

La comunicazione musicale si presta, dunque, ad operazioni di fusione culturale che esaltino il valore della tolleranza, della solidarietà, che aiutino a superare le limitazioni e le chiusure di schemi culturali spesso rigidi.

Proprio per questa sua natura comunicazionale, la musica naturalmente il suo contributo nell'esaltare, oltre alle "corrispondenze" e alle "differenze", anche e soprattutto, ciò che è "comune" da un punto di vista emotivo, spirituale, psicologico, sociale e soprattutto a livello universale.

In questo senso, il fenomeno musicale, nella storia, ha sempre avuto il compito di integrare le diversità culturali, presenti nella società, assumendo un ruolo di pura "mediazione", pur conservando i tratti distintivi di ciascuna cultura.

Il fatto che il linguaggio musicale non sia traducibile in linguaggio verbale, salvo nel caso della composizione sotto forma della canzone, non vuol dire che non esprima un significato, essendo essa direttamente collegata all'uomo che la compone e la esegue, come intima espressione del proprio pensiero e sentimento; questo concetto è alla base di tutta la musica, a prescindere dal momento storico in cui essa sia stata composta, basti pensare ai due compositori, Bach (1685-1750) e Debussy (1862-1918), a titolo d'esempio, vissuti a due secoli di distanza, i quali hanno lasciato capolavori che ci hanno accompagnato nel tempo e che molti musicisti hanno reso contemporanei, riproducendoli e rivivendoli nella produzione musicale moderna; lo stesso esempio potrebbe essere esteso a tantissimi altri autori e compositori, antichi e moderni o contemporanei, i quali hanno segnato in maniera evidente e indelebile la nostra vita per mezzo delle loro opere.

Un aspetto importante da considerare è che se in una conversazione si deve aspettare il proprio turno, per poter prendere la parola ed esprimere il proprio pensiero, in musica, la comunicazione si può intrecciare e fondere in un dialogo simultaneo, dove ci si attende, ci si rincorre e ci si ascolta reciprocamente, toccando le corde delle emozioni, del sentimento, del pensiero filosofico e in generale, dell'espressione; "è molto probabile che nessun'altra attività culturale dell'uomo si estenda, quanto la musica, nel condizionare, formalizzare e controllare il comportamento umano".³⁶

La musica è dunque sempre presente nella vita dell'uomo, accompagnandone i momenti principali, svolgendo un ruolo importante nella formazione, nelle attività lavorative e rituali di intere popolazioni, da un punto di vista filosofico e sociale, come parte integrante di un'attività o come parte centrale di essa, la quale, senza il suo apporto, perderebbe valore e significato, riflettendo l'interazione di valori universali e socio-culturali, facendosi espressione dei rapporti tra natura e umanità e tra culture e società.

La musica, quindi, come forma di comunicazione, nelle sue diverse forme estetiche, espressive, affettive ed emozionali, esprime un valore sociale comune a tutti i popoli del mondo e a tutti gli uomini, nelle civiltà passate e nei nostri giorni.

In tal senso, introduciamo il termine "mediazione", anche in questo contesto, per indicare la capacità della musica di inserirsi nelle dinamiche dei rapporti sociali e nel farsi veicolo di messaggi, idee, concetti, pensieri ed emozioni.

In linea generale, ogni forma d'arte può svolgere lo stesso ruolo, facendosi veicolo come forma di mediazione, di messaggi importanti a livello umano, sociale, filosofico o spirituale; ne sono esempi evidenti, la scrittura, la poesia, la danza, la pittura, la recitazione e la scultura le quali sono tutte in grado di trasmettere in maniera diretta ed immediata l'idea, il sentimento, l'emozione e la sensazione che l'artista stava provando nel momento del concepimento dell'opera e di arrivare al concetto e al pensiero, posti al centro della creazione, senza bisogno di particolari ulteriori spiegazioni, senza bisogno dell'intervento di una terza persona, se nonché nel caso di un tipo di arte o di poesia, dallo stile molto ermetico, che potrebbe richiedere l'intervento di un critico specializzato per la sua interpretazione.

³⁶ Cfr. Crf. Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica", winScuole, 2022 pag27/28/29 in rif. a A. P. Merriam, "Antropologia della Musica", Sellerio Editore, Palermo, 2000

Nonostante ciò, l'arte resta sempre una forma comunicativa immediata e una forma di mediazione diretta del significato e del messaggio che l'artista vuole esprimere.

A livello linguistico, ovviamente, più un'opera è tradotta in differenti lingue e più viene evidenziato l'aspetto della mediazione linguistico culturale, o interlinguistico, anche in ambito artistico, che sia essa prosa, poesia, un'opera teatrale o una canzone ma nella forma artistica musicale e in particolare nella composizione sotto forma di canzone, è l'artista stesso ad assumere il ruolo di "Mediatore" diretto di quella particolare emozione, di quella particolare idea, di quella particolare sensazione e in generale del suo messaggio.

Voglio richiamare in tal senso, il concetto di "responsabilità" di cui ho parlato nell'ambito dell'analisi dell'aspetto etico della comunicazione e credo che in questo ambito particolare, oltre al senso di responsabilità riguardo alle conseguenze di ciò che si dice o di ciò che si esprime, vige anche la necessità di sentirsi responsabili per ciò che non si dice, per ciò che si pensa non si possa dire, specialmente se possa o meno andare contro alcuni schemi sociali cristallizzati o contro un'opinione pubblica chiusa e rigida riguardo una determinata questione o contro, ancora, a meccanismi di palese ingiustizia, di fronte ai quali nessuno mostra coraggio nel volerli affrontare esponendosi per esprimere le proprie opinioni; un altro termine importante a questo punto, è proprio la parola "coraggio" in quanto, il senso di responsabilità deriva da un alto livello di consapevolezza personale che dovrebbe aumentare generalmente e soprattutto, qualora si occupi un ruolo specifico di rilievo ma a far sì che il proprio senso di responsabilità, in base alla propria consapevolezza di "essere", diventi azione, ci vuole "coraggio".

L'Artista, in questo senso, è un eroe impavido senza macchia e senza paura rendendosi conto della sua posizione, in quanto anima che percepisce e del potere immenso che può assumere il suo "comunicare", se ne prende "responsabilità" e armato di "coraggio", sfida tutto e tutti in quanto, concependosi lui per primo un essere spirituale, per il quale le idee e gli ideali sono più importanti delle cose materiali, sente forte dentro di sé l'importanza di farlo arrivare alle altre persone, di farlo percepire, senza raccontarlo, senza spiegarlo, di farlo vivere, vedere, immaginare, realizzare, per il bene comune, per il bene maggiore, per risvegliare le coscienze, per rendere gli altri consapevoli del loro "esistere".

L'artista sa che si possono fare ingenti danni comunicando male, falsificando o cambiando la realtà ma sa anche che si possono fare danni irrimediabili "omettendo" ciò che si sa sia vero.

Prendendo spunto da questo ragionamento, mi sento di affermare che alla base, ogni uomo è un artista, l'artista di se stesso e della propria vita come opera suprema ma che purtroppo, non essendone sempre consapevole, pensa di non essere responsabile di nulla, vivendo spesso nell'elaborazione esclusiva di una forma di difesa.

Al contrario, invece, dovremmo rischiare ogni giorno perché combattere per gli altri, comunicando con responsabilità e coraggio, è combattere per se stessi, essendo gli uomini tutti connessi gli uni agli altri.

Purtroppo però, il livello di consapevolezza umana non è sempre elevato, anzi, è spesso molto basso ed è qui che l'artista gioca il suo ruolo dal quale non può esimersi.

Certo, è vero che anche tra gli artisti il livello di consapevolezza, di responsabilità e di coraggio, può non essere sempre alto e che spesso vi sono artisti per i quali la parte estetica della propria opera e la sua forma sono più importanti del contenuto; in linea di massima però, non esiste arte che non esprima qualcosa, sia essa solo una semplice emozione nella quale, chi vi si connette possa cadere dentro e ritrovarcisi.

Questo meraviglioso processo, tra l'altro a me molto noto, è pressoché magico essendo comunicazione allo stato puro, diretta, potente, penetrante, vera e sincera, come in un contatto tra anime senza corpo, nel quale l'artista si sente, forte, al di fuori del tempo e dello spazio, in una dimensione naturale, universale ed eterea, dove comunica con compassionevole delicatezza e altrettanta decisa severità.

Conclusioni

L'Artista è Un Mediatore

La musica è quindi una forma di comunicazione immediatagìa a partire dalla sua semplice forma strumentale, dove le strutture armoniche e melodiche, espresse dai suoni degli strumenti, possono abilmente toccare le corde delle nostre emozioni, richiamare ricordi, sensazioni e immagini mentali. Quando però alla musica si unisce la poesia, che con le sue parole si poggia e si intreccia alla linea melodica, ecco che la musica, sotto la forma della "canzone", diventa veicolo diretto di un pensiero, tramite la scelta attenta di parole le quali, senza bisogno di spiegazione ed interpretazione, riescono a sintetizzare magicamente un'idea, un messaggio, un'emozione, a volte in maniera elegante, a volte satirica e a volte, in maniera cruda e diretta; in questo senso stretto, l'artista diviene "Mediatore" diretto del messaggio.

Nella storia, in molte parti del mondo, abbiamo avuto innumerevoli esempi di brani rimasti parte della cultura e della vita delle persone, contenendo messaggi importanti per i quali gli artisti, che se ne sono presi responsabilità, hanno rischiato la propria popolarità e alcuni, la vita.

In Italia e in Europa, già dalla fine del 1700, si sviluppò il genere dell'Opera Buffa, come forma alternativa all'Opera dai contenuti ritenuti seri, caratterizzata da storie intricate e personaggi schietti; la canzone era già un genere musicale diffuso, in grado di sensibilizzare e diffondere gli ideali patriottici tra il Popolo e un mezzo potente per far capire il cambiamento nei rapporti con le Istituzioni, contribuendo nel contempo, a preparare le persone a prendere parte ai moti rivoluzionari che si svolsero nei vari paesi in maniera differente.

In Italia, in particolare, la canzone è stata spesso usata come veicolo di denuncia e di protesta nel periodo della Resistenza, alla fine della seconda Guerra Mondiale, dove nacquero "I Canti della Resistenza", ossia, i canti delle lotte partigiane per la libertà dal dominio nazifascista. Uno dei brani più conosciuti di quest'epoca, è "Bella Ciao", brano divenuto fortemente popolare come il più ascoltato e cantato nel mondo, essendo stato tradotto in tantissime lingue. Negli anni '50, ci fu il fenomeno torinese del gruppo

Canta Cronache che si ispirò ai Canti della Resistenza e che univa musicisti, letterati e autori nella produzione di un genere ispirato agli "Esistenzialisti". In seguito, ci furono i Cantautori della "Scuola Genovese" e della "Scuola Milanese,"prima, e della "Scuola Romana", in seguito, che furono alla base della produzione della "Canzone Impegnata", strettamente legata ai movimenti politici e sociali che rivoluzionarono l'Italia dal 1968 alla metà degli anni '70; tra questi autori ricordiamo Fabrizio De André, Giorgio Gaber, Enzo Iannacci, Gino Paoli, Luigi Tenco, Umberto Bindi, Francesco Guccini, Francesco De Gregori, Franco Battiato, Paolo Conte e tanti altri che ci hanno lasciato un'importante eredità; ne è un esempio "La Guerra di Piero" di De André, del 1964, che divulgò valori di pacifismo e antimilitarismo. Parallelamente, in Cile, un gruppo di musicisti dal nome Inti Illimani, nato nell'ambito del movimento della Cancion Chilena, fu costretto all'esilio causa del Golpe Cileno del 1973, essendo divulgatore di valori rivoluzionari.

Vorrei citare alcuni brani famosi, prodotti in Italia e nel mondo, dal passato fino ai nostri giorni, con i quali noti artisti si sono fatti "mediatori" per la divulgazione di valori importanti da un punto di vista sociale, nonché di riflessioni su concetti filosofici universali:

- "Il Ragazzo della Via Gluck", A. Celentano, (1966), sulla negatività del progresso;
- "Pensa", di F. Moro, (2007), sulle guerre;
- "Ti regalerò Una Rosa" di S. Cisticchi (2007), sul disagio mentale;
- "C'è Chi Dice No" di Vasco Rossi, (1987), sulla coscienza;
- "Imagine" di John Lennon, (1971), un messaggio di pace; -
- "Sunday Bloody Sunday" degli U2, (1983) per le violenze perpetrate nell'ambito dei continui conflitti nell'Irlanda del Nord.;
- "Africa", della cantautrice Wiyala, (2014), per il violento sfruttamento delle risorse preziose del continente;
- "I Wish I Knew", di Billy Taylor, (1963), sul tema della schiavitù;
- "For What Is Worth", di Stephen Stills, (1966), contro le guerre;
- "If I Had A Hammer", di Pete Seeger, (1949), che spinge ad unirsi in una riflessione universale.

In America, è nato invece, un movimento denominato Black Lives Matter che ha unito vari artisti neri nella produzione di

brani, in sostegno alla lotta contro gli abusi sulla gente di pelle nera, sotto l'ispirazione di altri brani famosissimi scritti a loro volta da altri artisti neri, come, "Respect" di A. Franklin, (1965), "Say It Loud- I'm Black" di J. Brown, (1968), "What's Going On" di M. Gaye, (1971) e soprattutto, dal brano simbolo della lotta contro il linciaggio dei neri, "Strange Fruit" del 1939, per il quale Miss Lady Day, Billie Holiday, fu perseguitata dal Governo Americano fino alla sua morte, essendo e restando per tutti noi un grande esempio di responsabilità e coraggio.

Tutti questi artisti sono esempio di come la comunicazione artistica sia la forma più diretta di mediazione linguistica e culturale, capace di arrivare alla mente e al cuore delle persone senza filtri e di restare lì inalterata nel tempo.

**COMMUNICATION AND LINGUISTIC MEDIATION
IN ART**

Chapter 1

COMMUNICATION

To Communicate: from Latin, "*Communicare*", to make common, related to "*Communis*", "*Comune*", Common.

To Mediate: from Latin "*mediare*", to be in the middle, from Latin "*medios*", middle, to occupy a middle place or position.

Community: from Latin, "*Communitas*", society, fellowship and from "*Communis*", common, public, general, shared by all or many.

The first axiom of communication is "We cannot not Communicate".

Communicating is a daring adventure in which everybody is involved as individuals, in voluntary or involuntary contact with other individuals we want to understand and by whom we want to be understood.

To Communicate means to get out of one's own private circle to establish relationships of various kinds as a fundamental part of human life. In history, this process has been deeply studied by philosophers, psychologists, sociologists, and linguists, with particular reference to human behavior as far as social and cultural similarities and differences are concerned, belonging to the groups under examination.

Communication, with its elements, processes, and multiple features, has a central importance in human relationships, in the interpersonal context as well as in the private sphere, becoming mainly powerful in cultural and socio-cultural contexts as well as in public fields.

Literally, we can define it as a message interchanging from an individual to another, or from a group of individuals to another, in order to create relationships or simply to inform other people, spreading the knowledge of reality and sharing it.

Communication always implies the creation of bonds based on affection, common interests, solidarity, and mainly on common languages, in a conscious or unconscious, voluntary or involuntary exchange of messages that is characterized by different factors easing or obstructing comprehension.

It's easy to assume that the more the similarities between two individuals and two groups are, the higher their communication and comprehension level will be.

These similarities can relate to the way of perceiving common reality, they can be ideological ones, or relating to the way of treating reality in relation to the socio-cultural context of a person or group, in connection to their country of provenance, and to their education that is usually well expressed by the values and the beliefs these people have been constructing in their evolution.

These elements have been analyzed by Doctor Barlund as the main, basic aspects of Interpersonal Comprehension, and they've been defined as:

-“Similarity in the Perception Approach”, about reality perception;

-“Similarity in the Belief Systems”, about ideologies and opinions;

-“Similarity in the Communication Styles”, about the choice of the subject to deal with and the way to do it.³⁷

1a) Communication Process and Elements.

According to the linguist Mr. Roman Jakobson, communication is a passage of information from an individual A, named as Sender, and an individual B, named as Receiver.³⁸ The message is expressed in a code that is common to the two individuals, who are in contact through a connection channel, and their message exchanging takes

³⁷ D. Barlund, “La Comunicazione nel Villaggio Globale” in “Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione linguistica” by Simona Cudini, PM Edizioni, 2016, p. 13

³⁸ R. Jakobson, “Saggi di Linguistica Generale” in “Etica della Comunicazione” by Luciana Ceri, Il Mulino, 2022

place in a context characterized by the same factors of reality the message relates to.

The process he describes is based on a message Encoding and Decoding linked to its literal meaning, and as a circular process, the individuals who are involved both play an active part in it, taking turns one another in being the Sender and the Receiver, on the basis of the reception feed-back they send each other.

Beyond any literal interpretation of the meaning, sometimes, communication may contain some less explicit messages that are usually deducted by "Inference", that is on the basis of the clues sent by the Sender, relying on personal knowledge.

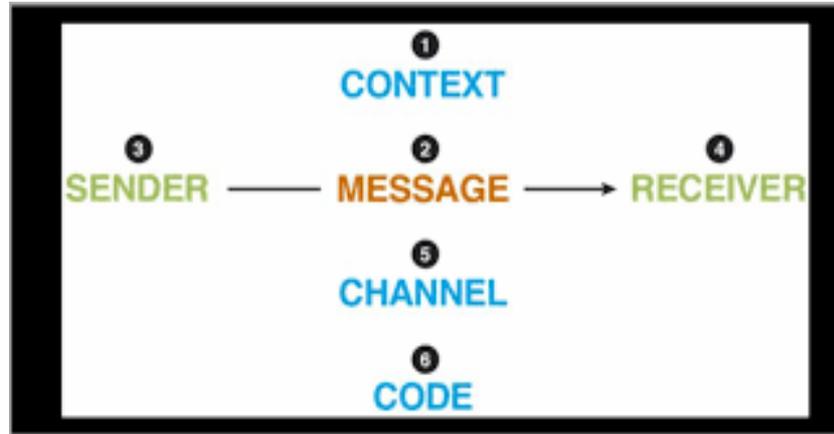
It's interesting to analyze the "Pragmatic" aspect of communication that highlights human attitudes and actions, in transmitting pieces of information in order to achieve particular aims.

Usually, human beings communicate by the use of the "Verbal Communication", the Non-Verbal Communication, and the "Para-verbal Communication" that specifically includes all those factors relating to the use of the body as the gesture and facial expressions, the body movements and the posture, the distance between the interlocutors and their outfit.

All of these components, which are equally important in communicating, refer to particular rules that can differ from a culture to another, and that should be well known and carefully observed to achieve the aim we have in communicating, namely, not to set cultural barriers, hindering or even stopping communication itself.

Jakobson³⁹ specifically provides six essential factors on which he considers communication is based on:

³⁹³⁹ <https://cinemaescuola.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/comunicazione-secondo-roman-jakobson.pdf>



The Sender: the one who starts communicating by sending out a message;

The Receiver: the one who the message is addressed to, which must be proved to be correctly received to be considered as valid;

The Message: the pieces of information sent by the Sender, that is the message content;

The Code: the whole of the signs and elements used to communicate, such as the verbal and non-verbal codes that necessarily have to be known for the message to be understood;

the message Encoding is the Sender's choice about the code to use to transmit the message;

the message Decoding is about the Receiver's process of receiving, interpreting, and understanding the message itself;

the message Transcoding is about the process of transposing a message from a code to another as in the case of its linguistic translation and interpretation, or whenever a verbal concept is reproduced by a graphical drawing;

The Channel (or Contact): it's the message transmission mean used by the Sender that can be visual, auditory, and tactile.

The Context: the combination of Reality elements composed of historical, cultural, situational and linguistic information, and knowledge, which are common to both the Sender and the Receiver, making the message be comprehended.

The Noise: whatever interferes with the communication process in relation to the Sender, as for possible speech impediments, or language deficiencies, to the Channel, in the case of a bad phone connection, or finally, to the Context, as for a lack in common Reality factors as well in data and information, which are basically important for the reciprocal understanding.

According to Jakobson, all the elements we use to communicate can be named as Signs, that is whatever we are able to perceive by our senses like sounds, words, colors, and the body contact, generally based on the union of two essential factors:

- a) the Signifier: the form of the Sign that we perceive (sound, gesture, graphic drawing);
- b) the Signified: its conceptual content and the mental image it refers to.

On the basis of the relation between these two aspects, the Signs can be divided as follow:

Indexes: an involuntary natural Sign that is directly connected to the Reality, to the idea, or concept to which it refers, as in the case of the smoke recalling the presence of fire, or the yawning recalling the sleepiness or the boredom;

Icons: a voluntary, artificial Sign, or "Motivated Sign", that is similar to the concept it represents as a graphic image or a drawing:



Signals: a voluntary, artificial Sign, or "Arbitrary Sign", that graphically, doesn't clearly represents the reality it is supposed to describe; symbols can be considered as "Arbitrary Signs":



Beside images, also words can be considered as "Voluntary, Arbitrary Signs" since they usually vary from a language to another even if they relate to the same object, (the apple, in English, la mela, in Italian, Der Apfel, in German), furthermore, another example could

be the whistle that is used as a disapproval sign when you're not enjoying a performance, in Italy, while in America, on the contrary, the same sign is used for approving.

Only onomatopoeic words can be defined as "Non-Arbitrary Words" since their sound directly reflects a piece of reality, or an instantly perceivable mental image, as for animal sounds, or the door knocking, even if they can also change from a culture to another.

We usually communicate by using voluntary, artificial signs in sending a message also with the support of iconic and symbolic signs.⁴⁰

Languages are Signs, by which we communicate, that can be listed as follow:

-Verbal Language and Non-Verbal Language, depending on the use of words in communicating;

Verbal Language (also named as digital, numeric communication) is based on a conventional code composed of words, it's the human one and it has the following features:

- It can be spoken and written,
- It transfers complete and precise messages, being able to express complex and abstract concepts,
- It has to be shared by two interlocutors,
- It describes and supports the non-verbal language,
- It is expressed by languages,
- It is constantly evolving,
- It can be controlled.

The Non-Verbal Language (or Analogical Communication) is alternately used with the Verbal Language and it usually is:

- simple, synthetic, and direct,
- it cannot be used to express complex messages,
- it's hard to control
- it's the animal language form, beyond the sound they usually produce.

It contains all of those codes not relying on words, such as body expressions, gesture, drawing, and the use of colors, representing the reality on the basis of universal analogies.

⁴⁰ R. Jakobson's "La Forza Comunicativa della Musica", by Giusy Negro, WinScuola

These two codes are usually used together since the first one is good for expressing a message content as its central concept, and the second one, to express feelings and emotions.⁴¹

The Paraverbal Communication:

The Paraverbal Communication is composed of factors which are equally relevant for communicating, including some voice elements like volume, speaking tempo, tone, and melody.⁴²

The Tone is essential to get the sense of the message, since expressing the same concept with two distinct tones would cause the message to be differently comprehended by the Receiver.

This process is well managed when communication occurs by using the auditory and visible channels, which are able to express the Sender's emotions and mood, but it's very hard to handle when we communicate by writing, where the voice tone cannot be perceived.

Recently, with the coming of the new technologies, and the use of smart phones, and social media networks, we've been learning to use Emoticons to make up for the lack of emotional and personal mood expressions in writing, to avoid incomprehension about the message content.

Therefore, the Tone is a very determining factor.

Volume is considered as the energy thermometer but it could also be an expression of a personal emotional state, or of a personal character feature, like shyness, excitement, anger, or joy.

Speaking Speed, in the message expression, is also relevant if it's associated with the other two elements, the Tone, and the Volume, and it can also vary according to the culture. As for the Melody, it is determined by the language that is spoken since every language has got its own melody and accents, naturally used to emphasize particular concepts and ideas.

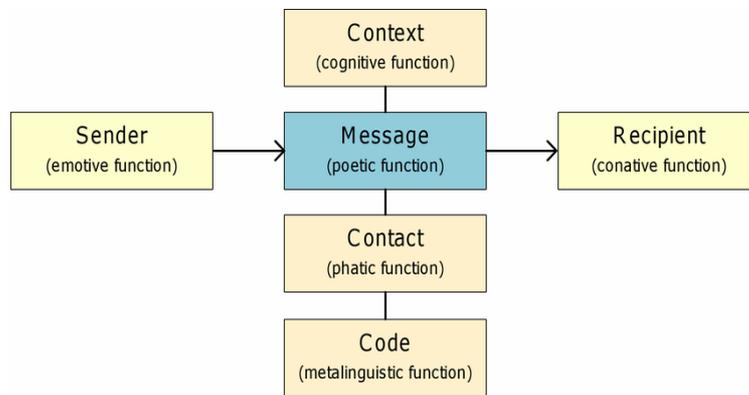
1b) Communication Linguistic Functions:

⁴¹ "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione Linguistica" by Simona Cudini, Pm Edizioni 2016 in relation to V.F. Birkenbhl, "Segnali del Corpo" by Franco Angeli, Milan, 1998 and "La Forza Comunicativa della Musica" by Giusy Negro, WinScuola, 2022 in relation to the web site: www.luzappy.eu/comunicazione/la_comunicazione_home.htm

⁴² "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione Linguistica" by Simona Cudini, PmEdizioni ,2016, in relation to V.F. Birkenbhl.

Everyone of the six abovementioned communication elements, R. Jakobson analyzed and described, connects to a particular linguistic function that is strictly connected to the message nature and content.

These functions are never expressed separately in a communication process, but they coexist, intertwine and alternate one another, according to the Sender's message content, sent to the Receiver, as far as the attention is moved from one element to another:



| Classification | Strongest Factor | Function | Examples |
|------------------|------------------|--|--|
| Referential | Context | description, contextual information | Our business hours are 9am-5pm, Monday through Friday. |
| Emotive | Addresser | interjection/expressions of emotional state | Oh, man... Awesome! Whew! |
| Conative | Addressee | concerned with demanding; vocative or imperative addressing of the receiver | Go on, open it! Shoo. Get out of here. Check this out. |
| Phatic | Contact | concerns channels of communication; performance social task as opposed to conveying information; to establish, prolong or discontinue conversation | Hey! Mmmm.. How about that? Really? No way! |
| Metalinguistic | Code | requires language analysis; using language to discuss language | Noun, adjective, code-switching Water is a non-count noun, right? |
| Poetic/Aesthetic | Message | involves choosing words carefully, the art of words, often self-reflective | But, soft! What light through yonder window breaks? |

Emotive Function (or Expressive):

It concerns the Sender and we find it when the message expresses the Speaker's emotional state, in relation to the message content, and his attitude towards what he's talking about.

Ex. "Today I'm feeling tired!", "I'm so anxious!", "I'm very happy!"... in this case, messages usually contain expressions full of exclamations, and interjections, like "oh my God!", "poor me!"...

Conative Function (or persuasive):

This function concerns the Receiver; generally, conative⁴³ messages are the ones containing imperative expressions like, "hurry up!", exhortative ones like, "come on..stop it!", vocative expressions like, "please..accept my apologies!", by the use of imperative and request verbs, as to lead the Speaker's intention.⁴⁴

Poetic Function (or Esthetic):

It belongs to those expressions focusing on the message form itself, and we have it whenever we want to elaborate a speech stylistically for it to be refined and effective.

Apart from the poetry and art in general, this function is also expressed in some promotion messages, like the ads, where the poetic language is used to reach and hit users as an artistic form usually does, without having the same goal.

Referential Function (Denotative or Informative):

this function relates to a communication process focusing on the context, giving information about objective data in connection to real experiences, ("today it's sunny!"), to mental experiences, ("success is not the key to happiness!"), to imaginary experiences, ("extraterrestrial life do exist!"), which are generally expressed by verbs in the third person.

⁴³ Verbal form expressing will or strain; the attempt to take an action.

⁴⁴ <https://dizionari.corriere.it>

Phatic Function:

it's the function concerning the communication channel, where the contact occurs, and it aims to check the communication flowing trying to keep the Receiver's attention and interest up, by using low informative expressions able to establish or re-establish a contact, or keep it constant, in order to extend it, "Hi! How Are You?", "Hallo!", "I'm listening!", "go ahead!", "I've got what you mean!", "I see!".

Metalinguistic Function:

We have it wherever communication relates to the code, that is the language, particularly when the language, and its syntactical and grammatical elements, are analyzed as in a grammar book, during a grammar lesson or in dictionary definitions.

In this regard, a clear distinction has been formulated between "language", concerning whatever is out of the linguistic sphere, and the "metalanguage", concerning the language itself.⁴⁵

1c) Communication Contexts:⁴⁶

Communication occurs and develops in several different human life contexts, considered as action spheres, in which the communication process takes place for achieving one's own specific aims related to that particular sphere of action.

The Personal Context:

The personal context concerns the individual in his private circle where he communicates with himself.

Considering the etymological meaning of the term "Communication", defined as "putting in common", in this context, the individual puts something in common with himself, moreover, on the basis of the reality he lives, and of his personal experiences, the individual elaborates information through his understanding, interpreting, memorizing, and removing processes to produce considerations, ideas, mental images, and concepts.

This kind of "Inner Communication", starting from an introspection process, can generate a sort of "Inner Dialogue", which sometime

⁴⁵ "Le Funzioni Linguistiche" from "La Forza Comunicativa Della Musica" winScuola,2022

⁴⁶ "Etica Della Comunicazione" by Luciana Ceri, Il Mulino, in relation to E. Cheli, "Teorie e Tecniche della Comunicazione, Un'Introduzione Interdisciplinare", Angeli, Milan, 2004

may be silent, and sometime expressed out loud, being useful for managing one's own emotional state, as well as for planning the next present or future steps to take, but it may have bad effects on the person when it turns out to be an exhaustive, sterile "over thinking" about past experiences. The dialogue the individual has with himself is essential for any kind of oral and written artistic creation, as literal works, poetry, music compositions, and for any other kind of artistic expression as well as for simple notes and memories contained in a diary, no matter if they're supposed or not supposed to be read by a public.

Even if we're facing an inner originated communication, or self to self communication, we can consider it as a symmetrical and bi-directional process since the conversation occurs between the part of the self creating or writing, and the other part of the self listening, reading and possibly fixing what has been written; it is symmetrical because the single individual's self parts, being involved on the same level, alternatively speak, listen, write, read and hopefully correct what has been done.

The Interpersonal Context:

According to the above mentioned definition of Interpersonal Communication, as something taking place between two single individuals, or among different ones, basically, the message passes from a Sender to a Receiver without intermediating, by a symmetrical and bi-directional process since the two parts are on the same level in speaking, in case of oral communication, in writing back, in case of a written communication form, taking turns in playing the Sender and the Receiver roles.

Communication gets more and more interesting because of the existence of several languages which, however, might also be lived as barriers to communication itself.

In order to communicate efficiently, despite general linguistic knowledge, it is needed to own extra linguistic one showing one's own comprehension ability, as well as being able to use non verbal languages, namely:

- knowledge of Kinetics, that is about body gesture and face expressions interpreting and understanding;
- knowledge of Proxemics, that is about the distance between the interlocutors;
- knowledge of physical environments/appearance, and the use of objects, that is about the clothing and the objects being meaningful for social status understanding.⁴⁷

Finally, it's also essential to consider socio-cultural knowledge, that is to say, knowing, understanding, and carrying out any socio-cultural differences that could possibly influence the communication process.

The whole of this linguistic, extra-linguistic, and socio-cultural knowledge is the basis of "Communication Competence" allowing and fostering the understanding.

The Public Context:

Communication is relevantly important when referring to public contexts since it is addressed to collectivity.

By saying "Public" we mean whatever is related to Government actions, and Government Institutions activities, in relation to public interest operations led by private organizations and by foundations of different kinds, composing the "Third Sector" that work for providing public utility goods and services.

Communication taking place in this regard concerns individuals considered as citizens, and it refers to general interest.

We can list different kinds of public communication according to the communicating action content, and depending on the speaker's role and function.

Essentially, the public context communication is "indirect" and "Asymmetrical" because the Sender and the Receiver are not on the same communicative level, since the first one is generally an individual or a group of individuals, and the second one, the Collectivity. We can consider different kinds of public communication:

- institutional
- political
- social
- journalistic
- promotional

Institutional Communication:

Public Communication "indirect" aspect is evidently expressed by institutional Communication where the Institutions, and all the organisms playing their functions, are the Sender, as well as journalists taking care of spreading news relating to the above mentioned institutional functions, and where the citizens, and the

⁴⁷ "Etica della Comunicazione" by Luciana Ceri, Il Mulino, 2018

service users, are the Receivers, who are informed about institutional activities carried out in the public interest. In this regard, communication gets a mere "informative" nature and it's "unidirectional" since communication processes flow in one direction from the Sender to the Receiver playing a passive role in lack of a direct communicative exchanging between the counterparts.

In line with the democratic nature of the relation between Public Institutions and citizens, beside the institutional communication "transmissive" model, there is another one defined as "dialogic" that is based on a democratic exchanging between Public Institutions and citizens, in relation to the concept of "Reciprocal Communication", aiming to create a bond between the two parties, allowing the citizens to play an active role in the exchange, letting them be able to express their opinions and wills in order to improve public interest services.

Political Communication:

In this field, communication relies on the concept of Democracy as the basis of a State composed of citizens who are free to openly discuss political ideas and contents, and in this regard, citizens are considered as Senders, and not only as Receivers, being free to choose by their voting, expressing their preferences, and even being free to abstain from voting. In this matter, we can talk about "Instrumental Communication", beside the "Informative" one, since political forces, and the different parties, use it to obtain the eligible voters' preference. This kind of communication has been boosted by the new mass communication means, by the Internet and by the new Social Media Networks fostering and implementing communication exchanging, whether in favor of political forces, and the political groups connected to them, or to the citizens and users who express their opinion interacting more and more directly.

Social Communication:

As in the political context, also in this communication sphere, citizens are involved in public matters merely related to social issues, like common interest services, activities provision, the looking for aid-workers for specific social fields, the denouncing of fundamental rights violation, and the fundraising for particular social topics, by a series of activities managed by private and public no-profit organizations.

Therefore, communication, in this specific field, aims to involve people in social matters and in the possible solutions to be

achieved, moreover, mass communication means, the Internet, and the Social Media Networks play an essential role in this context too.

Journalistic Communication:

This communicative form's purpose is to "inform" people about what is happening, and what has been happening in the world, and about whatever could concern general public interest.

This communication activity concerns past or actual facts, events, and individuals or groups' conducts, in accordance with the basic right to be informed. The mere "informative" nature of this specific communication process makes it "unidirectional" since information is conveyed and spread in the common interest without a specific request or an interest being expressed.

Advertising Communication:

The purpose of this communication form is "influencing".

Advertising communication is essentially the basis of any other kind of public one since, beyond the commercial aspect it expresses in trying to influence people about buying and using a specific product, it is employed as a mean to reach the goal that is common to every single communication kind, institutional, social and political ones, considering that in everyone of them, written, oral, and technological advertising techniques are used in order to influence the user about contents and ideas relating to that context. Obviously and basically, this is an "informative" nature type of communication in itself.

In the institutional field, advertising communication is used to inform people about activities and services they can benefit from, and about their own rights to exercise, while citizens are sensitized to social topics, matters, values, ideas, and actions to be taken in that regard. Finally, as for political communication, these techniques are employed to influence citizens' opinion and to be trusted by them. We can finally say that in order to achieve the goals related to any different form of public communication, the use of advertising communication techniques is necessary for the citizen to be involved, sensitized, and influenced about all topics dealt with.

Chapter 2

Intercultural Communication

The above-mentioned cultural barriers can sensibly grow when individuals and groups belong to different and distant cultures.

In this case, people are not perceived as single individuals but as part of the group, or the cultural reality they belong to, applying to them the same cultural stereotypes referred to that culture, especially if it is felt as a real, supposed, ideological, social, or political threat jeopardizing one's own values, beliefs, and one's own life styles.

Beyond social and cultural communicative obstacles, related to "generalizations", "stereotypes" and "prejudices", a potential barrier is given by the real cultural differences we usually encounter in different cultures⁴⁸, expressed by values, beliefs, emotion expression models, and individual attitudes, which could unease communication between individuals and groups on the basis of possible misunderstandings. This kind of barrier can be overcome only if the people involved possess the necessary intercultural knowledge, and in this regard, it's interesting to analyze the "Cultural Shock" phenomenon caused by the impact with a diverse culture, in relation to an "ethnocentric"⁴⁹ attitude that passes through different phases:

- the first one is characterized by not considering cultural dissimilarities in the "other culture", at all;
- in the second one, the cultural differences negative perception is expressed by a clear rejection and a defensive attitude;
- the third one tends to completely erase cultural differences, considering all cultures and individuals as common parts of a "General Universalism".

These feelings are the cause of communicative difficulties turning to be real barriers for individuals, being culturally diverse, as well as the cause of reciprocal misunderstanding. A completely different attitude is the "ethnorelativistic" one, that is a more positive and open approach toward cultural and social dissimilarities, in relation to a higher will to understand, trying to find points in common, in the respect of the general differences. In regard of this positive attitude, intercultural sensitivity grows according to the knowledge of the "other one", and also in these circumstances, in order to reach for a real cultural and social balance, there are some adjusting phases an individual usually goes through; from an initial euphoric feeling erasing social and

⁴⁸ "Contesto Interculturale" in the "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" by Simona Cudini p.87/88

⁴⁹ "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" by Simona Cudini, in relation to M.J. Bennett, "Towards Ethnorelativism : A Developmental Model of Intercultural Sensitivity" in M. Page, "Education for Intercultural Experience", Intercultural Press, Yamouth, 1993.

cultural difference negativity, fostered by an initial sense of curiosity, there's usually a general disappointment in getting in contact with evident contrasting aspects due to the real existing inequalities, to finally reach for a more balanced relation where negativities and positivity coexist in a functional socio-cultural relation.

I would like to mention Mr. Burnett Taylor's definition of "Culture, (1871):

"Culture or Civilization is the complex whole including the knowledge, beliefs and habits acquired by man as a member of Society".⁵⁰ In regard to this definition, we can assume that Values, Cognitive Styles and Behaviors characterize populations belonging to diverse cultural realities, fundamentally influencing communication between them.

Values:

They're what is considered as desired, good, and important in a society, they have ancient origins, being transmitted from generations to generations, and they're the basis of rules defining what is allowed and what is not allowed, as well as of the sanctions provided for in case they're not respected. Rules are generally expressed by laws, or expression of the population's social customs and habits.

Cognitive Styles:

They concern different ways of learning and building experiences. Behaviors derive from Values and Cognitive Styles, even if the first ones do not always relate to the second ones, since a person could freely choose to diverge from them. Behaviors may change and vary over time because of contaminations and scientific, technological, and political evolution.⁵¹ Thousands of year ago, human race evolution led to diverse cultures and populations development; those who used to live on territories not suitable for agriculture were used to hunting and gathering, and as nomadic populations, they were more used to adversities, developing an "individualistic" social and cultural model not relying on the concept of belonging to a group. On the contrary, populations living in cultivated, agricultural lands, used to cattle-raising, were sedentary and more exposed to possible outside attacks; that led to the development of a "collectivistic", socio-

⁵⁰ Simona Cudini's "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni, 2016

⁵¹ Simona Cudini's "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni 2016

cultural model relying on the group support, and on the concept of "hierarchy".

These cultures were then influenced by distinct civilizations coming, the Roman one in the West and the Chinese one in the East, opposite to the central-northern Europe barbarian one, and in the future, by different governmental forms based on the relation between monarchy, the middle-class rising, and the people, contributing to create the different national characters.

Christianity spread the concept of equality according to which every man is equal to God's eyes, as well as of the respect for life and for human rights, being later the basis of western culture.

Confucianism, on the contrary, had "harmony", and the respect for "hierarchy", as fundamental values which were common to Asian cultures in general. Climates too can be an influencing element for socio-cultural habits and customs differences since they relate to the environment; in warm-temperate countries, for example, populations are more inclined to socialize, the ones living on flat lands are generally more open to cooperation, and those who live along the coasts are usually more apt to travel, explore, and to cultural exchanging.

Among the several researchers, sociologists, anthropologists, my study is based on in the interest of this final work, I want definitely to draw attention to Dr. Geert Hofstede's⁵² studies, as psychologist and anthropologist, who defined the following "Value Dimensions" generally characterizing and featuring the main existing worldwide cultures:

- Power
- Identity
- Gender
- Uncertainty
- Time
- Indulgence vs Restriction

Power Distance:

It indicates the least powerful society members' higher or lower capability of accepting Power being centralized, hierarchically developed, and unequally distributed.

Among the countries mostly living and accepting Power Distance, there are Russia, South American Countries, the Asian and Balkan

⁵² Simona Cudini's "La Comunicazione Interpersonale e Interculturale", p. 103, in relation to G.Hofstede, M.H. Bono, "The Confucius Connection From Cultural Roots to Economic Growth in Organizational Dynamics"

ones, while the ones being the least keen to it are North European Countries, North American ones and Israel.

Central and Southern Europe, as well as Japan, place themselves in a middle position. The discrepancies among the above mentioned countries, as for this cultural aspect, would be related to their social and historical evolution, since the ones that anciently belonged to the Roman Empire, even as Roman colonies, as well as the ones that were part of the Chinese Empire, have been keeping a "centralist" structure, strengthened by education and religious practices of Christianity and Buddhism that educated people differently; the first one educated people to the respect of ecclesiastical hierarchy as a link with divinity, and the second one, to social and spiritual harmony. Northern European German and English speaking countries didn't have the same historical experience in their evolution in relation to a centralized power, and that was strengthened by Protestantism introducing personal autonomy and responsibility concepts where the individual was the only one to respond for his own actions. These different cultural values led to distinct behaviors, then transmitted by scholar and family education over time, determining substantial discrepancies in several socio-cultural spheres.

Individualism Vs Collectivism:

Individualism identifies those societies where the relation between individuals are not based on cohesion and closeness, and where the single individual takes care of one's own, and his household's surviving. Collectivism, on the contrary, is expressed in the attitude to live in a group, and for a group, as a part of it, giving and receiving support and protection to and from it, in a reciprocal reality relationship. (Asia, Northern Africa, Central and Southern America).

In high economical level countries, "individualism" prevails, being well expressed by the general aptitude to personal initiative, to creativity, to thought and action freedom, and to free competition, in order to show one's own worth and competence; these elements basically raise the personal self-esteem level leading people toward open experimentation and innovation, in a free initiative, resourcefulness praising system. (North America, Canada, Australia, Northern and Central European countries, Italy⁵³, and in a middle position, South European and Eastern countries, Argentina and Brazil, India, Japan and North African countries).

⁵³ Simona Cudini 's "La Comunicazione Interpersonale e Interculturale":

"Individualism in our country has been determined by a long story of fragmentation among towns and different factions fighting, the huge diversity between North and South and the late reaching for a Union as a single State that is still socially, economically and culturally inhomogeneous" by A. Montanari

In high "collectivism" level countries, people live in a social system prompting them to "conformism", according to which free initiative is a real threat to general, social harmony and the highlighting of a single individual is lived as an obstacle to general group cohesion. Such socio-cultural discrepancies deeply affect relations and communication between individuals and groups connected to these diverging realities. As for the communicative sphere, for example, in Individualism high level countries, messages are usually direct, clear and concise, moreover, communication is never affected by the context, that is because they're defined as "Low Context" cultures. On the other side, in "collectivism" high degree countries, actions and communication are deeply affected by the social context, that's why they're named as High Context cultures, and here, communication flow is less explicit, totally influenced by social relations, that usually prevail on individuals' personal goals, while knowledge is usually conveyed through and by the group.

Communicative conflicts arousing among populations, groups and individuals, belonging to these dissimilar realities may generally occur in the interpersonal sphere, as well as in professional ones, since "individualists" never spend their own time and energy in personal relationships, willing to directly arrive to the point and reach their goals, while, on the contrary, "collectivists" put personal relations and relationships on the basis of every single communication exchanging. It's easy to imagine how these essential differences may make any political, economical, and commercial negotiation be more difficult for countries and groups belonging to such unequal realities, as well as hinder communication itself because of possible misunderstandings, namely, the sure and direct approach of those belonging to individualistic cultures, who are more inclined to show off their skills and capacities, could be annoying, bold and irritating to the eyes of those who belong to "collectivistic" cultures, where people live in harmony.

Masculinity Vs Femininity:

This is about distinct values related to gender roles, specifically, in "masculinity high level countries, a social role distinction between men and women is passed down by scholastic and family education, sports, and social education in general, considering men as stronger, more determined, outgoing, and more inclined to material achievements. On the other hand, women are considered as being more tender, taking care of everyday needs, and quality of life. In "Femininity" high degree countries, instead, the gender roles overlap, both men and women take care of life quality and of everyday needs, less materially, with a more humble and tender attitude.

In scholastic, sports, and social fields, the first paradigm relates to a more competitive society model, while the second one is more inclined to socializing and cooperating. In the sexual sphere, there are fundamental differences between the first and the second kind of culture since in masculinity high level countries, there are two distinct morals for men and women, specifically, a more open-minded and permissive one for men and a more limited and restrictive one for women, while femininity high level countries are characterized by a higher social equality. According to the studies that have been conducted, among the Masculinity high level countries, we find Japan, some East European countries, Italy, Greece, the English speaking countries, and some South American countries. Among the Femininity high degree ones, we have Scandinavian countries, Balkan Republics, Russia, Portugal, some Central American countries and Thailand. These fundamental cultural differences too have to be well known in order to avoid any kind of contrast and misunderstanding whether in interpersonal spheres or in the professional ones.

Uncertainty Avoidance:

This particular cultural value concerns the society and culture members' level of feeling threatened by uncertain, ambiguous, and unknown situations. In the countries where this feeling is more present, the fear for uncertainty is passed down by family and scholastic education warning children about whatever may seem "different", "unknown", and consequently dangerous, leading to a general social attitude of distrust, aggressiveness, intolerance, and non-acceptance of whatever may be culturally, socially and ethnically diverse; among these countries, we have many South American ones, South-East European Countries, Japan and Chorea.

In Uncertainty Avoidance low level countries, a higher tolerance level prevails, on the basis of a less restrictive general education leading to a more open-minded attitude toward strangers and to whatever is not known, affecting every sphere of life, from the scholar and family education one, to the interpersonal and professional ones. Among these kinds of countries there are Far Eastern countries, Northern Europe, Jamaica.

Uncertainty Avoidance low level countries, instead, are more inclined to innovation, to exchanging, to experimentation, being generally less formal, whereas, in case of Uncertainty Avoidance higher level, there're usually a higher presence of restrictions, a lower opening and inclination to experimentation, a higher formality level in personal, interpersonal, educational, scholastic and professional spheres.

Long Vs Short Term Orientation:⁵⁴

This is about the way of perceiving and managing future events. Long Term Orientation cultures enhance cautious and persistent actions in order to reach their goals in the long term, and that is the case of China, of several European countries such as Italy. Short Term Orientation approach is quite opposite to the previous one since it is past and present projected while actions aim to achieve goals in the short term. According to Dr. Hofstede's anthropological studies, the countries mostly characterized by the second kind of approach are North America, Canada, Australia, Middle East countries, Central-South America, Tanzania, Zambia, Burkina Faso, Zimbabwe, Nigeria, Uganda, Mali and Ghana. Such cultural value discrepancies, in the way of projecting into time, evidently affect the way of managing negotiations and making agreements; in English speaking countries, negotiations are usually closed very quickly and the resulting agreements are usually considered as definitive, whereas, in Eastern countries, negotiations are generally slower, being affected by interpersonal relations, and the resulting agreements might consequently be reviewed. The importance of knowing such a substantial difference is relevant in occasion of a cultural mediation in the contact of two realities being so distant.

Indulgence Vs Restraint:

According to the linguist Michael Minkov, there may be possible cultural values diversities among countries, in relation to the different way of facing "Indulgence" and "Restraint". Indulgence is defined as being keen to freely satisfy basic and natural needs in a natural inclination to enjoy life and have fun, while "Restraint" reflects the conviction that propensity to satisfaction should be limited and regulated by strict social rules. Countries mostly included in the first case are some Latin American and North European countries, U.S.A., Australia, New Zeland, Canada, Saudi Arabia, some African states like, Nigeria and Ghana, South Africa and Uganda; to a lower extent, some East European countries, Iraq, Egypt and Pakistan. As for The "Restraint", the countries mostly following these values are Central and South Europe, Balkan countries, Russia, Asian countries including China, Japan and Chorea, Singapore, Vietnam, Thailand and India, Middle East, and in Africa, Ethiopia, Mali, Zimbabwe, Tanzania and Rwanda. The countries being more inclined to Indulgence socially live a higher physical and psychological well being leading to a general

⁵⁴ Simona Cudini's "Comunicazione Interculturale e Interpersonale", PM Edizioni, 2016, in relation to M. Minkov, "What Makes Us Different And Similar. A New Interpretation Of The World Values, Survey and Other Cross Cultural Data", KlasiKa I. Still Sofia (Bulgaria), 2007

positivity, to a widespread optimism towards the future as well as to a wide spread extroversion; this behavioral approach negative side could be a lower sense of discipline and a lower inclination to save money. Countries having an higher inclination to Restraint, instead, are generally characterized by a close, rigid, and limited social attitude, being considerably less positive than the indulgent one, considering working as something hindering free life enjoyment, with the need of fixing rules to respect, that somehow give a sense of security and control. Also these distant cultural values could lead to incomprehension since those who live according to the Restraint value consider the Indulgent behavior as a sign of low responsibility and reliance, both in the interpersonal and professional spheres while, on the contrary, the Indulgent like people perceive the restrictive attitude as a sign of social closing and unavailability, finally leading to a general sense of mistrust.

Cognitive Styles:

Analyzing the cultural diversities in the communication field, it's interesting to consider different ways of learning and building experiences, in relation to different ways of perceiving and dealing with reality, according to a culture and population cognitive level. According to M.J. Bennett's evaluations⁵⁵, Eastern countries, like China, Japan and South-East Asia, are featured by a "Low Level of Abstraction" that is expressed by their perceiving, living and analyzing experiences as they are, literally memorizing and describing them, in minute details, in relation to their senses perception, (colors, shapes, dimensions, positions, feelings and emotions). This kind of social approach to reality also relates to their education and learning method, based on memorization and repetition, as well as to their writing structure characterized by the use of ideograms, expressing concepts didactically by using graphic representations of specific objects recalling the expressed reality. A society based on this kind of cognitive style model appreciates a highly direct experienced person who is able to accurately interact at the service of the group, in accordance with the "collectivistic" nature of their culture, as we have previously analyzed. On the contrary, North America (U.S.A.) and Canada are characterized by a "Middle Level of Abstraction" since they focus the attention on the action, and specifically, on testable action procedures, after gathering data which may be relevant to build hypothesis to calculate possible risks, and

⁵⁵M.J. Bennett, "Description, Interpretation, Evaluation in Developing Intercultural Competence" in Simna Cudini's "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni, 2016, and M.J. Bennett's "Principi di Comunicazione Interculturale, Paradigmi e Pratiche", Franco Angeli, Milan, 2015

hopeful way-outs, by the use of an "Inductive Logic" related to the "How". For this perceptive model, and for this social approach to reality, the perfect leader is the one who takes decisions, to directly go into action, even in the lack of some important and exhaustive data; this attitude negative side could be a poor accuracy and a low level of possible consequences forecasting, in the middle and the long term. A "High Level of Abstraction" is present in several North European countries like Germany, Netherlands, Great Britain, as well as in Czech Republic and in Hungary. In Northern Europe, reality is studied in relation to theoretical models, a general situation being analyzed out of its context, on the basis of its general features, focusing on the "Why", the "Cause", and then, later, being examined more specifically, on the basis of a "Deductive Logic", by the use of a detailed, careful testing method able to call into question even the data being previously gathered, to arrive to a definitive deduction. In this perceptive and behavioral model, the appreciated leader is the one having a high level of culture and a high level of analyzing capability. In South Europe and in South America, there's a High Level of Abstraction but giving an essential importance to relational aspects, assessing the reliability of the person who is expressing conceptual data they're relating on, as well as to the verbal form that is used to express them, expecting it to be appropriate and in line with the conceptual content without ignoring the emotional sphere. For this final pattern, a leader is appreciated when he can establish and maintain strategic relations with Institutions and other Leaders.

Behavioral Differences:

The entirety of the elements we have been examining, like the Values and the Cognitive Styles, are the basis of Behaviors and, as we've already seen, they may culturally differ, creating misunderstandings in communication and even hindering it. These discrepancies can be conveyed by verbal and non-verbal languages, causing dissimilarities in social behaviors.⁵⁶ Cultural differences in communication fields can be easily managed by Linguistic Mediators who know about the possible contrasts and barriers occurring when two individuals, belonging to distant and diverse cultures, communicate using a "Vehicular Language", like English, on the basis of their mental structure, named as "Mental Software", employing the same expressions they use in their own language, causing inevitable non-comprehensions, It's also important to consider possible cultural

⁵⁶ Simona Cudini's "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" in relation to G. Hofstede's "Cultures and Organizations, Software of The Mind" and P.E. Balboni's "Parole Comuni, Culture Diverse, Guida alla Comunicazione Interculturale" Marsilio, Venezia, 1999

differences expressed by non-verbal languages which, even if they seem to be universally understood, can culturally change in their sense and meaning, as expression of distinct national features. Let's make some examples:

Mimicry:

in western countries, averagely characterized by a "Low Context" culture, spontaneous and involuntary face expressions are generally connected to the message emotional expression. In Eastern countries, as "High Context" cultures, face expressions are usually intentional, controlled, and strictly connected to the message they relate to. Another example could be the smiling which in Western countries is considered as a sign of agreement, while in the Eastern ones it is more a way not to contradict, even in case of disagreement.

Eye Contact:

in Western countries, it is a sign of attention, interest, and sincerity in conveying one's own thought. In Eastern countries, direct eye contact with a higher level person is even not allowed, being considered as a challenge sign, while, in order to express agreement and attention people usually squint or even close their eyes to show a deeper concentration.

Gesture:

It is usually free in Western countries, especially in the Mediterranean ones, but it is more controlled in Northern countries, and in the Eastern ones. Every movement of the mouth, or of the arms, can change from a country to another, as the gesture used to greet; the hand shaking, that nowadays is considered international, in traditional Muslim countries is not allowed between men and women.

Proxemics:

The tolerated and permitted distance between two individuals can also culturally change and be wider or smaller, only some people could be allowed to enter it according to the cultural uses. That recalls to the concept of personal "Privacy" and in the Mediterranean and South American countries, it is generally smaller, in some Arabic ones it is so small to allow a contact between people, while in North European and North American countries, the personal private space is wider and a closer proximity, together with a high level of gesture

and high voice volume, is considered as a form of aggressiveness and rudeness.

**LACOMMUNICATION ET LA MÉDIATION LINGUISTIQUE
DANS LE DOMAINE ARTISTIQUE**

La Communication

Communiquer : le terme vient du Latin, *Communicare*, qui signifie Partager, Rendre Commun ou Mettre en Commun, dérivant à sa fois du terme latin, *Communis*, Commun.

Médier : du Latin, *Mediàre*, et *Medios*, qui est au milieu, être entre deux choses et entre deux temps.

Communauté : du latin "*communis*", communauté, lui-même issu de "*cum*", avec, ensemble et de "*munus*", charge, dette : charges partagées, obligations mutuelles.

Le premier axiome de la communication, c'est que « on peut pas ne pas communiquer ».

La Communication est une grande aventure dans laquelle tout le monde est engagé en tant qu'individus à contact, volontaire ou involontaire, avec d'autres individus, que l'on veut comprendre et des quels l'on veut être compris. Communiquer veut dire sortir du cercle personnel pour établir des rapports de toute nature, comme partie fondamentale de la vie humaine et cela a été sujet d'études de plusieurs philosophes, sociologues, psychologues et linguistes, au fil du temps, en particulier relation avec les attitudes humaines, en considérant les similitudes et les différences socioculturelles des groupes examinés. La Communication, avec ses processus, ses éléments et ses plusieurs caractéristiques, prend une importance et une valeur fondamentales au sein des relations humaines, dans la sphère interpersonnelle et privée, en pouvant acquérir un pouvoir essentiel dans le cadre des contextes culturels et socio-culturels, notamment dans la sphère publique. Au sens littéral, on peut la définir comme un échange d'informations et de messages, d'un individu à un autre ou d'un groupe d'individus à un autre, pour créer des relations de toute nature, ou tout simplement, pour informer afin de dispenser et faire connaître des réalités et les partager. Communiquer concerne toujours l'instauration de relations fondées sur des liens d'affection, des intérêts, sur la solidarité et avant tout, sur des langages communs, dans un échange de message qui peut être conscient ou inconscient, volontaire ou involontaire et particulièrement caractérisé par des éléments pouvant faciliter ou empêcher la compréhension. Il est facile de déduire que majeures sont les similitudes et les ressemblances

entre les individus et les groupes d'individus et plus haut sera leur niveau de communication et compréhension

Ces similarités peuvent affecter la façon de percevoir la réalité commune, elles peuvent être des similitudes idéologiques, ou d'opinions, des similarités de la façon de traiter la réalité en fort lien avec le contexte socioculturel d'une personne ou d'un groupe et donc fortement liées au pays de provenance et à l'éducation reçue, exprimé par les valeurs et par les croyances acquises au cours de leur évolution. Tous ces éléments ont été examinés par le professeur D. Barlund, comme les facteurs principaux et basilaires de la « Compréhension Interpersonnelle » et définis comme: comme suit :

- « ressemblance perceptive », concernant la perception de la réalité,
- « ressemblance des systèmes de croyances », regardant les idéologies et les opinions,
- « ressemblance des styles de communication », concernant le choix des sujets à traiter et les modalités relatives.⁵⁷

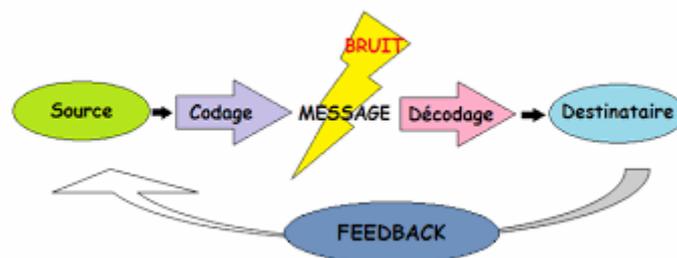
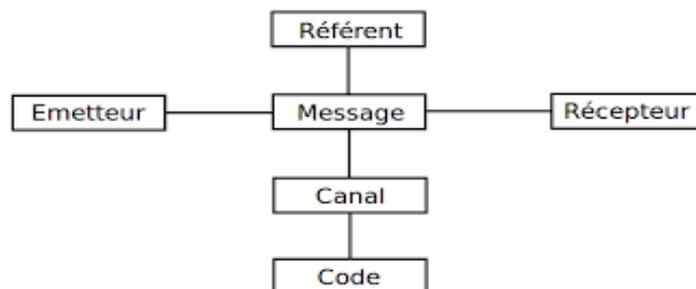
1a) Le Processus et Les Éléments de la Communication :

Selon le linguiste Roman Jakobson, la communication est un passage d'informations d'un individu A, qu'on va appeler émetteur, à un individu B, qu'on va appeler récepteur.⁵⁸ Le message est exprimé par un code commun aux deux sujets, en contact par un canal de connexion, et l'échange peut arriver dans un contexte contenant les éléments auxquels le message se relie. Le processus qu'il décrit se base sur le « codage » et le « décodage » du message lui-même, en relation à sa signification littérale et il s'agit d'un processus circulaire où les individus engagés s'alternent dans les rôles d'émetteur et récepteur, sous l'influence du message de retour qu'ils s'envoient réciproquement. En dehors de l'interprétation de la signification littérale, la communication peut contenir des messages moins explicites qui sont déduits par « inférence », étant analysés sur la base des indices envoyés par l'émetteur, ainsi qu'en relation avec nos connaissances personnelles. De la communication l'on peut évaluer l'aspect « pragmatique », à savoir, l'aspect

⁵⁷ D. Barlund, "La Comunicazione nel Villaggio Globale" dans "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione linguistica" de Simona Cudini, PM Edizioni, 2016, pag. 13

⁵⁸ R. Jakobson, "Saggi di Linguistica Generale" dans "Etica della Comunicazione" di Luciana Ceri, Il Mulino, 2022

concernant les comportements humains et les actions accomplies pour transmettre des informations au fin d'achever des buts précis. En ligne générale, les êtres humains interagissent et communiquent par l'emploi soit d'un »langage verbal », soit d'un « langage non-verbal et de ce qu'on définit « para-Verbal », notamment, l'ensemble de tous les facteurs concernant l'expression corporelle, comme la gestuelle, les expressions faciales, les mouvements du corps et sa posture, ainsi que la distance entre les interlocuteurs et leur tenue vestimentaire. Tous ces facteurs, étant essentiels et significatifs afin de communiquer, se fondent sur des règles particulières que, pouvant muer culturellement, devraient être connues et observées attentivement, dans le but d'atteindre les objectifs poursuivis par l'action communicative, pour ne pas créer des barrières pouvant empêcheret voire, bloquer l'échange de messages, jusqu'à le rendre impossible. Plus spécifiquement, Jakobson⁵⁹ indique six éléments essentiels, sur lesquels la communication se base :



⁵⁹<https://cinemaescuola.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/comunicazione-secondo-roman-jakobson.pdf>

-l'émetteur: celui qui démarre la communication en envoyant un message ;

-le récepteur : celui qui reçoit le message qui, pour être considéré valide, doit résulter correctement reçu du Récepteur lui-même ;

-le message : les informations envoyées de l'Émetteur

-le code : l'ensemble des signes et des éléments employés pour communiquer, comme les codes verbaux non-verbaux, qui doivent être connus aussi bien par l'émetteur, que par le récepteur, afin que le message soit compris. le codage du message se relie au choix de l'émetteur du code à utiliser pour le transmettre, tandis que le décodage est la réception, l'interprétation et la compréhension du message lui-même, par le récepteur. Le transcodage est la transposition d'un message d'un code à un autre, comme dans le cas de la traduction ou de l'interprétation linguistique, ainsi qu'en cas de reproduction d'un concept verbal sous la forme d'un dessin ;

-le canal (ou Contact) : c'est le moyen utilisé pour la transmission du message qui peut être visuel, auditif et tactile ;

-le contexte : c'est l'ensemble des facteurs de réalité comprenant les informations et les connaissances culturelles, historiques, linguistiques et situationnelles, communes aux deux sujets, l'Émetteur et le Récepteur, permettant la compréhension exacte du message ;

-le bruit : c'est tout ce qui peut déranger la communication pouvant concerner l'émetteur, dans le cas de troubles de la parole ou de carences linguistiques, le canal, dans le cas de ligne téléphonique perturbée ou le contexte, dans le cas d'un manque de facteurs de réalité communs ou d'informations et de données nécessaires à la compréhension. Selon Jakobson, les éléments employés pour communiquer peuvent être nommés comme **signes**, à savoir, tout ce que l'on peut percevoir avec nos cinq sens comme les sons, les mots, les couleurs et le contact physique, et ils sont généralement formés par deux facteurs principaux :

a) le signifiant : la forme du signe lui-même que l'on perçoit, (les sons, les couleurs, les gestes, les dessins graphiques)

b) le Signifier : le concept, l'idée et l'image mentale auxquels il renvoie.

Selon le rapport entre ces deux aspects, les signes peuvent être répartis en :

indice : c'est un signe naturel et involontaire, relié directement à la réalité, à l'idée ou au concept exprimé, comme dans le cas de la fumée indiquant la présence du feu ou le bâillement renvoyant au sommeil ou à l'ennui ;

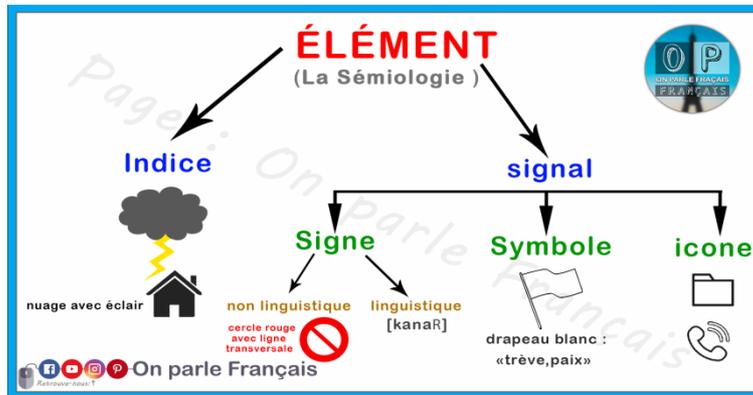
icône : c'est un signe artificiel et volontaire, ou « signe motivé », ressemblant au concept représenté, comme une image graphique ou un dessin.



signal : c'est un signe artificiel et volontaire, ou « signe arbitraire », qui peut ne pas adhérer au concept ou à la réalité décrite ; les Symboles sont des « signes arbitraires » :



À part les images, les mots aussi peuvent être considérés des « signes volontaires arbitraires », pouvant changer selon les différentes langues pour indiquer le même objet, (par exemple, la pomme, en italien, est « la mela » et en allemand, « Der Apfel »), en outre, la même chose arrive dans le cas de certains signes comme le coup de sifflet, qu'on emploie en Italie quand on n'est pas en train d'apprécier un spectacle mais qui en Amérique, au contraire, dans la même situation, est un signe d'appréciation. Les mots onomatopéiques seulement, et même ceux-ci pourraient changer de culture à culture, peuvent être définis « motivés » et pas « arbitraire », parce que, par leur son, ils renvoient directement à une réalité et à une image mentale immédiates et perceptibles, comme le cri/le bruit d'un animal ou frapper à la porte.



Généralement, on communique en employant principalement des signes artificiels et volontaires, afin de transmettre une information ou un concept, avec l'aide des signes iconiques et symboliques.⁶⁰

Les langages sont des signes par lesquels on communique et ils peuvent être distingués en :

-langage verbal et langage non-verbal, selon que les mots ou ne soient pas employés dans l'action communicative.

Le langage verbale, (communication verbale, aussi appelée numérique ou digitale), se fonde sur un code conventionnel composé de mots, il est le langage des êtres humains ayant les caractéristiques suivantes :

- il peut être parlé ou écrit
- il transmet un message de façon précise et complète en pouvant exprimer des concepts complexes et abstraits
- il doit être partagé par deux interlocuteurs
- il décrit et supporte le langage non-verbal
- il est exprimé par les langues
- il est continuellement en évolution
- il est contrôlable

Le langage non-verbal, (ou communication analogique), est utilisé par l'homme alternativement au langage verbal et il a ces caractéristiques:

- il est simple, immédiat et synthétique
- il ne peut pas être employé pour exprimer des messages complexes
- il est difficilement contrôlable
- il est le langage des formes animales, en dehors de leur bruit/cris qui est exprimé par un son.

⁶⁰ R. Jakobson , "La Forza Comunicativa della Musica", Giusy Negro, WinScuola

Il comprend tous ces codes ne reliant pas à l'emploi des mots, c'est-à-dire, l'expression corporelle, la gestuelle, le dessin, l'emploi des couleurs en représentation de la réalité sur la base d'analogies universelles. En général, ceux deux codes sont utilisés ensemble vu que le premier est adapté pour exprimer le concept et le contenu du message tandis que le deuxième, pour extérioriser l'humeur et les émotions.⁶¹

Le Para-Verbal :

Le para-verbal est constitué d'un ensemble de facteurs, également significatifs dans le cadre de l'expression communicative, comprenant les caractéristiques de la voix, par lesquelles le message est rendu, à savoir, le volume, la vitesse, le ton et la mélodie.⁶²

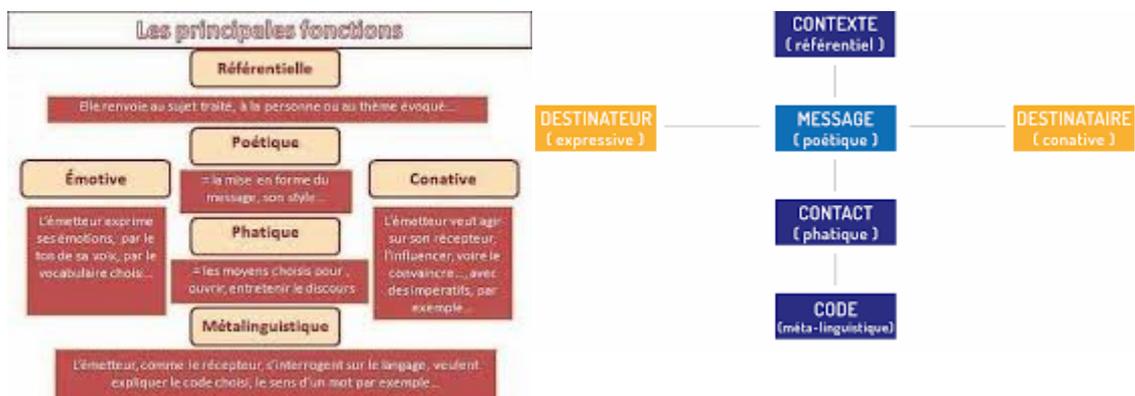
Le ton est un élément fondamental afin de comprendre le sens du message, vu que le même concept ou la même phrase exposés avec des tons différents pourrait amener à une diverse compréhension de la part du récepteur. Cela est maîtrisable lorsque la communication a lieu par les canaux visuel et auditif permettant de percevoir les émotions et l'état humoral de l'émetteur mais il est très difficile de comprendre lorsque la communication se déroule dans la forme écrite où le ton n'arrive pas. Récemment, en effet, avec l'avènement des nouvelles technologies, des téléphones mobiles et des réseaux sociaux, on a appris à utiliser les émoticônes pour combler le manque de transmission des émotions, en évitant des incompréhensions sur l'intention et le contenu du message. Le ton est donc un facteur très important. Le volume de la voix est considéré comme le thermomètre de l'énergie, pouvant être aussi l'expressions d'un aspect caractériel ou d'un état émotif d'un individu comme la timidité, l'agitation, la joie et la rage. La vitesse de l'expression du message aussi, peut avoir son importance si associée aux deux autres facteurs, le ton et le volume, en outre, elle peut varier selon la culture comme la Mélodie qui est déterminée par la langue parlée, vu que chaque langue a sa propre mélodie et ses propres accents, qui peuvent être sûrement emphasisés pour souligner des phrases et concepts.

1b) Les Fonctions Linguistiques de la Communication :

⁶¹ Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione Linguistica", Pm Edizioni 2016 en référence à V.F. Birkenbphil, "Segnali del Corpo", Franco Angeli, Milano, 1998 et Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica", WinScuola, 2022 en référence au site www.luzappy.eu/comunicazione/la_comunicazione_home.htm

⁶² Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale per la Mediazione Linguistica", Pm Edizioni, 2016, en référence à V.F. Birkenbphil

Chacun de ces six éléments de la communication, élaborés et décrits par R. Jakobson, mentionnés ci-dessus, se relie à une particulière fonction linguistique strictement liée au contenu et à la nature du message lui-même. Ces fonctions linguistiques ne s'expriment jamais isolément, coexistant, s'entrecroisant et s'alternant base à selon la variation du contenu du message ou des messages envoyés de l'émetteur au récepteur, à fur et à mesure que l'attention se pose sur un élément ou sur un autre :



La Fonction Émotive, (ou expressive):

Elle concerne l'émetteur et on la trouve quand le message contient et exprime l'état d'âme et l'émotion de celui qui parle, en relation au contenu du message et à son attitude envers de ce qu'il est en train de parler : « aujourd'hui, je suis fatigué ! », « je suis très angoissé ! », « je suis très content ! ». Les communications exprimant cette fonction sont riches en exclamations et en interjections comme, « pauvre de moi ! » ou « mon Dieu ! »

La Fonction Conative, (ou Persuasive) :

Elle concerne et est axée sur le récepteur; en général, les messages « conatifs »⁶³ sont ceux contenant des phrases impératives, « dépêche toi ! », exhortatives, « allez, arrête ! », évocatrices, « je te prie d'accepter mes excuses ! », employant des verbes exprimant un

⁶³ Forme verbale exprimant volonté ou effort ; la tentative d'accomplir une action.

ordre ou une requête,⁶⁴comme pour vouloir en guider l'intention/comme pour guider l'intention et l'action du récepteur.

La Fonction Poétique, (ou Esthétique) :

Elle est rendue par des expressions où l'attention et l'accent se posent sur la forme du message en lui-même et on la trouve chaque fois que l'on veut élaborer un discours stylistiquement soigné, recherché ou efficace. Outre que dans la poésie et les arts, on la trouve également dans les créations publicitaires et promotionnelles où le langage poétique est employé pour arriver et frapper avec la même capacité qu'une création artistique, sans en avoir le même but.

La Fonction Référentielle, (ou Informatif/Dénotative) :

C'est la fonction que l'on exprime lorsque la communication va concerner le contexte, (ou référent), en donnant des informations regardant des données objectives, reliées à des expériences concrètes, « aujourd'hui, il fait beau ! », à des expériences mentales, « le bonheur ne dure qu'un instant ! », ou à des expériences imaginaires, « les extraterrestres existent ! », qui sont toutes formulées par des verbes à la troisième personne.

La Fonction Phatique, (ou de Contact) :

C'est une fonction regardant le canal de la communication, à savoir, le contact, ayant le but d'en contrôler le déroulement et maintenir stable l'intérêt et l'attention du récepteur en utilisant des phrases sans un pouvoir informatif réel qui servent seulement à établir, rétablir ou prolonger le contact communicatif, comme par exemple, « allô, ça va ? », « allô? », « je t'écoute ! », « continue ! », « vas-y!, allez-y », « j'ai compris ! »

La Fonction Métalinguistique :

On la trouve chaque fois que la communication est axée sur le code, c'est-à-dire, le langage, notamment quand on analyse la langue et ses éléments grammaticaux et syntaxiques, comme il arrive dans un

⁶⁴ <https://dizionari.corriere.it>

cours de grammaire, dans un livre de syntaxe ou dans les définitions des dictionnaires. À ce propos, une distinction a été faite entre « le langage objectif », se référant à des réalités extérieures au cadre du langage et « le métalangage », qui, par contre, analyse le langage lui-même.⁶⁵

1c) Les Contextes de la Communication⁶⁶

La Communication prend sa forme en se déroulant dans différents milieux de la vie humaine, considérés comme des sphères d'action dans lesquelles l'action communicative est employée pour atteindre des objectifs précis, liés au contexte en question.

La Sphère Personnelle:

La sphère personnelle concerne l'individu dans sa sphère privée où la communication se déroule avec lui-même. En considérant la signification étymologique du terme « communiquer » qu'on a déjà défini comme « mettre en commun », dans ce cadre-ci, l'individu met en commun quelque chose avec lui-même. Sur la base de la réalité qu'elle vit et de ses expériences, par ses processus mentaux et émotifs, la personne élabore des informations à travers les mécanismes de la compréhension, de l'interprétation, de la mémorisation ou de la suppression, en concevant des considérations et des concepts. Ce type de communication interne, qui part d'un processus d'introspection, peut même créer une sorte de « dialogue intérieur », parfois silencieux et parfois exprès à haute voix, pouvant être bénéfique pour l'individu, afin de gérer sa propre émotivité ou de projeter les prochaines étapes à accomplir, comme dans le cas des choix regardant le présent ou le futur, mais il peut avoir des effets négatifs lorsqu'il devient une sorte de « ruminant interne » concernant une expérience vécue. Ce dialogue interne avec soi-même est essentiel pour la conception d'œuvres artistiques, écrites ou orales, comme les œuvres littéraires, la poésie, les compositions musicales et la chanson, ainsi que comme l'écriture de mémoires ou d'annotations dans des carnets, qui soient ou ne soient pas destinées à être lues par un public. Même s'il s'agit d'un processus se réalisant intérieurement avec soi-même, on peut le considérer de même, « bidirectionnel » et « symétrique », vu que la communication se déroule entre la partie du « soi » qui crée ou écrit et la partie du

⁶⁵ Le Funzioni Linguistiche" de "La Forza Comunicativa Della Musica" winScuola, 2016

⁶⁶ Luciana Ceri, "Etica Della Comunicazione", Il Mulino, en relation à E. Cheli, "Teorie e Tecniche della Comunicazione, Un'Introduzione Interdisciplinare", Angeli, Milano, 2004

« soi » qui écoute ou lit et éventuellement corrige ce qui a été écrit. En outre, il est symétrique parce que ou les parties du « sois » du même individu, qui sont engagés dans l'échange communicatif, se posent sur le même niveau et alternativement, ils parlent, écoutent, écrivent et éventuellement, corrigent.

La Sphère Interpersonnelle :

Comme l'on a déjà analysé précédemment, la Communication Interpersonnelle arrive entre deux ou plusieurs individus et généralement, le message passe d'un émetteur à un récepteur directement, sans besoin d'intermédiation, par un processus bidirectionnel et symétrique, étant les deux parties au même niveau dans l'échange et dans la possibilité de prendre la parole, dans le cas d'une communication en forme orale, ou de répondre par écrit, dans le cas d'une communication en forme écrite, en s'alternant dans le rôle d'émetteur et récepteur. L'existence de différents langages rend la communication plus intéressante même s'ils peuvent se révéler aussi une barrière qui en empêche le déroulement et l'efficacité. Afin de communiquer efficacement, en dehors des connaissances et des compétences linguistiques, il faut aussi des compétences extralinguistiques, déterminant la capacité de comprendre, ainsi que connaître et savoir employer les langages non-verbaux, décrits ci-dessous :

-la « compétence cinétique », concernant la compréhension et l'usage des expressions faciales, des gestes et des mouvements du corps ;

-la « compétence proxémique », se référant à la distance entre les interlocuteurs ou à celle entre soi-même et ses propres interlocuteurs ;

-la « compétence reliant « l'apparence », concernant les « vêtements »" et les « objets » utilisés pouvant être significatifs pour déterminer le rôle et le statut social.⁶⁷ Finalement, il est important de considérer aussi la compétence « socioculturelle » c'est-à-dire, connaître, comprendre, considérer et mettre en place les différences existantes dans les règles sociales et culturelles pouvant influencer l'action communicative. Tout l'ensemble de ces compétences, (linguistiques, extralinguistiques et socioculturelles, forme la « compétence communicative » qui permet et favorise la compréhension.

La Sphère Publique :

⁶⁷ Luciana Ceri, "Etica della Comunicazione", Il Mulino, 2018

La Communication prend une importance essentielle quand elle concerne la sphère publique, étant adressée à la collectivité. Par « publique », on entend ce qui est lié aux actions de l'État et de ses Institutions, en relation aux activités d'intérêt collectif, aux activités menées par des organisations privées et par des fondations de toute nature, constituant le « troisième secteur », s'engageant pour garantir biens et services d'utilité publique. Toute forme de communication réalisée dans ce domaine, donc, intéresse toute activité regardant les individus en tant que citoyens, en visant à l'intérêt général. Essentiellement, la communication dans la sphère publique est de type « indirect » et « asymétrique » vu que l'émetteur et le récepteur ne sont pas posés sur un niveau de parité communicative et en général, le premier correspond à un individu ou un groupe d'individus tandis que le récepteur correspond à la collectivité. On a différents types de communication publique :

- institutionnelle
- politique
- sociale
- journalistique
- publicitaire

La Communication Institutionnelle :

L'aspect « indirect » de la communication publique s'exprime évidemment dans celle de type Institutionnelle où l'émetteur correspond à toutes les institutions ou les individus et les organismes qui en représentent les fonctions, ainsi que des journalistes qui s'occupent de diffuser les nouvelles concernant les activités institutionnelles, tandis que le récepteur correspond à tous les citoyens et les utilisateurs qui sont juste informés sur les actions dont les institutions s'occupent dans l'intérêt collectif. La communication dans ce cadre acquiert un caractère purement « informatif » et « unidirectionnel » vu que le processus se réalise dans une seule direction, de l'émetteur, avec un rôle actif, aux récepteurs, avec un rôle passif, sans un vrai échange entre les deux parties. Selon le caractère démocratique existant dans la relation entre les institutions publiques et les citoyens, en dehors de ce modèle « transmissif » de la communication institutionnelle, il en existe un autre défini comme « dialogique » prévoyant un échange communicatif entre les institutions et les citoyens, fondé sur le concept de « réciprocité » de la communication, visant à créer une relation entre les deux entités, permettant aux citoyens de jouer un rôle actif dans le processus de communication et d'exprimer leur volontés et leur opinions afin d'améliorer les services publiques d'intérêt collectif.

La Communication Politique :

Dans ce domaine-ci, la communication se base sur le concept de démocratie en tant que fondement d'un État composé de citoyens libres, où une confrontation libre peut arriver sur les contenus et les idées de caractère politique. Dans ce contexte, les citoyens sont considérés des émetteurs et pas seulement des récepteurs étant libres de choisir à travers leur propre vote, en déclarant leurs préférences, et même, en pouvant s'abstenir de voter. Dans ce cas-ci, l'on parle de communication « instrumentale » outre qu'« informative », puisque les forces politiques et les différents Partis l'emploient pour obtenir le consensus des ayants droit au Vote. Cette réalité communicative a été mise de plus en plus en évidence par l'avènement des nouveaux moyens de communication de masse, d'internet et des nouveaux réseaux sociaux, ayant mis en place et encouragé la communication à faveur soit des forces politiques et des groupes connectés, soit des utilisateurs et de tous les citoyens exerçant ainsi, leur droit d'information libre et la possibilité d'affirmer leurs opinions, en interagissant de façon de plus en plus directe.

La Communication Sociale :

Comme dans le cadre politique, dans cette forme de communication aussi, on prévoit l'engagement des citoyens dans des questions publiques, de caractère purement social, comme la dissémination de services et activités importantes pour la collectivité, la recherche de bénévoles pour des questions sociales spécifiques, la dénonciation de violations de droits fondamentaux, la collecte de fonds pour des thématiques particulières, à travers une série d'activités communicatives gérées par des organismes publics et privés, sans but lucratif. La finalité reliée à ce contexte communicatif est celle d'impliquer et de faire participer les personnes à diverses questions sociales et aux éventuelles solutions à adopter ; dans ce contexte aussi, les nouveaux moyens de communication, Internet et les nouveaux réseaux sociaux jouent un rôle essentiel.

La Communication Journalistique :

Le but de ce type de communication est celui d'« informer », de faire connaître ce qui est arrivé et qui arrive dans le monde et tout ce qui puisse frapper l'intérêt collectif. Cette activité communicative concerne les faits, les événements, les conduites des individus et des groupes, dans le passé et le présent, ainsi que tout ce qui pourrait être d'intérêt général, dans le respect du droit d'être informé. Le caractère informatif de ce processus de communication le rend

« unidirectionnel », vu que les informations sont propagées dans l'intérêt général, sans qu'il y en ait une requête explicite ou un souci manifeste. Le rôle du journaliste, pour cette raison, devrait se fonder sur un profond sens de responsabilité et d'éthique, vu la forte influence qu'il peut exercer sur l'opinion publique.

La Communication Publicitaire :

L'objectif de cette typologie de communication est celui d'« influencer ». En général, on peut résumer que la communication publicitaire se pose à la base de toute forme de communication publique puisque, en dehors de son aspect commercial, exprimé lorsqu'elle s'occupe d'influencer les personnes pour l'achat et l'usage d'un produit dans le cadre de la publicité commerciale, elle est employée comme un moyen pour atteindre les buts reliés à chacune des formes de communication qu'on a évaluées précédemment, à savoir, celles institutionnelle, sociale et politique, puisque, pour chacune de celles-ci des techniques publicitaires, écrites, orales ou technologiques, sont utilisées afin d'influencer l'utilisateur à l'égard de contenus concernant le contexte en question. Naturellement, ce genre de communication contient en soi un aspect « informatif inhérent à l'activité elle-même. Au niveau institutionnel, cette communication est employée afin d'informer les individus à propos d'activités et de services dont ils peuvent bénéficier ainsi que sur les droits qu'ils peuvent exercer, tandis que, au niveau social, on cherche à sensibiliser le citoyen à l'égard de certaines thématiques, de valeurs, d'idées et d'actions à accomplir, et finalement, dans le cadre politique, on cherche à influencer l'idéologie du citoyen pour gagner sa confiance. On peut donc conclure que pour rejoindre les objectifs qui sont à la base de toute communication publique, il y a l'emploi nécessaire de la communication publicitaire et de ses techniques pour arriver au citoyen et le sensibiliser et/ou l'influencer à l'envers des thématiques traitées.

2) La Communication Interculturelle :

Les barrières communicatives décrites ci-dessus, peuvent s'accroître sensiblement lorsque les individus et les groupes appartiennent à des cultures différentes et très éloignées entre elles et souvent, dans ce cas-ci, la personne est perçue non pas comme un individu mais comme une partie du groupe et de la réalité à laquelle elle appartient, en lui appliquant les mêmes stéréotypes culturels référés à cette culture-là, notamment si elle est considérée une menace sociale, politique, réelle ou imaginée, ou idéologique, mettant en discussion ses propres valeurs, ses propres croyances et styles de vie. Outre à cet obstacle communicatif, causé par les « généralisations », des « stéréotypes » et des « préjugés » sociaux et culturels, il existe une autre barrière potentielle causée par les réelles différences dans le cadre des valeurs, des croyances, des diverses façons d'exprimer les émotions et divers modèles de comportement, que l'on peut rencontrer dans les différentes cultures⁶⁸ pouvant rendre difficile l'échange communicatif entre les individus et les groupes à cause de possibles incompréhensions qu'en peuvent dériver. Afin de surmonter cette potentielle barrière, à part la volonté personnelle de vouloir dépasser ces obstacles, il faut une connaissance et une compétence interculturelles des sujets engagés. Un phénomène digne d'analyse est celui qui a été défini comme « choc culturel » perçu dans l'impact avec une « culture diverse », fondé sur une attitude « ethnocentrique »⁶⁹ s'exprimant en phases distinctes :

- la première phase de non considération des différences existantes entre la propre culture et « la culture diverse »,
- une deuxième phase de perception des mêmes différences de façon négative qui se manifeste par un complet rejet des dissimilarités existantes avec une attitude de défense,
- une troisième phase de suppression de toute différence réelle qui à ressembler tous les cultures et les individus dans un groupe unique, dans une sorte de « Universalisme » générale. Ces sensations sont souvent à la base d'une difficulté communicative, vécues comme une barrière par les individus et groupes culturellement différents ainsi que la cause du manque de compréhension réciproque. Un point de vue complètement opposé est celui appelé « ethno-relatif », c'est-à-dire, une attitude plus ouverte et positive vis-à-vis des différences culturelles et sociales, fondée sur une majeure volonté de

⁶⁸ "Contesto Interculturale" en "Comunicazione Interpersonale e Interculturale", Simona Cudini, PM Edizioni, 2016, p.87/88

⁶⁹ "Comunicazione Interpersonale e Interculturale", en relation à M.J. Bennett, "Towards Ethnorelativism : A Developmental Model of Intercultural Sensitivity" en M. Page "Education for Intercultural Experience", Intercultural Press, Yamouth, 1993, p.88

comprendre et de trouver des points communs, dans le respect des inégalités. Dans le cadre de d'une telle attitude positive, la sensibilité interculturelle se renforce avec la connaissance de l'« autre » et dans ce cas-ci aussi, on a observé qu'afin d'atteindre un réel équilibre culturel et social, on doit traverser des phases d'adaptation ; d'un sentiment euphorique initial supprimant les négativités dans les différences perçues, alimenté par une initiale curiosité, on passe généralement par une sorte de déception lorsqu'on rencontre les potentiels aspects contrastants qui dérivent des effectives inégalités, pour arriver, finalement, à un rapport plus équilibré où les négativités et les positivités coexistent dans une relation socioculturelle fonctionnelle.

À ce propos je voudrais mentionner la définition de culture du prof. Burnett Taylor (1871) :

« "Culture or Civilization is the complex whole including the knowledges, beliefs and habits acquired by man as a member of Society"⁷⁰, dont on déduit que les valeurs, les styles cognitifs (ou d'apprentissage) et les comportements caractérisent les populations appartenant à des réalités culturelles différentes, qui affectent profondément, la communication entre elles-mêmes :

Les Valeurs :

C'est tout ce qui est considéré comme souhaitable, bon et important; elles ont des origines très antiques en se transmettant de génération en génération et en étant à la base des règles définissant ce qui est permis et ce qui ne l'est pas ainsi que les sanctions prévues dans le cas de non-respect de celles-ci. Les règles sont généralement exprimées par les lois ou contenues dans les usages et les coutumes d'un peuple, dans une société.

Les Styles Cognitifs :

Ils concernent les différentes façons d'apprendre et de construire l'expérience. Les styles cognitifs et les valeurs déterminent les « comportements » même si les premiers peuvent ne pas adhérer aux valeurs puis qu'une personne pourrait s'en éloigner par choix. Les « comportements » peuvent être caractérisés par des mutations et des changements du fait de contaminations, de l'évolution scientifique, technologique et politique.⁷¹ Il y a des milliers d'années, l'évolution du genre humain conduisit à la formation de populations et de cultures différentes ; celles qui étaient liées à des territoires n'étant pas adaptés à l'agriculture, étaient spécialisées dans la chasse

⁷⁰ Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni 2016, p. 96

⁷¹ Simona Cudini, "Comunicazione Interpersonale e Interculturale" PM Edizioni, 2016, p.96

et la cueillette, n'étant pas sédentaires mais nomades, et donc plus accoutumées aux adversités. Pour cette raison, elles développèrent un modèle culturel et social « individualiste » qui n'était pas fondé sur le concept d'appartenance à un groupe.

Les populations qui se consacraient à l'agriculture et à l'élevage du bétail, au contraire, vivaient sur des territoires adaptés à ces activités, étant plus sédentaires et donc plus exposées à de possibles attaques externes. Du fait de ça, un modèle socioculturel « collectiviste » fut déterminé, qui était basé sur le soutien du groupe et sur le concept essentiel de « Hiérarchie ». Ces diverses cultures furent ensuite influencées par l'avènement de civilisations distinctes comme la romaine en occident et la chinoise en orient, opposées à la civilisation barbare du centre-nord de l'Europe et en futur, la formation de différentes formes de gouvernement, se fondant sur les relations entre l'Aristocratie, la Monarchie, la nouvelle classe bourgeoise et le peuple, contribua à créer les divers caractères nationaux. Les religions aussi ont eu une profonde influence sur la différenciation des cultures et des sociétés. Le Christianisme propagea le concept d'égalité en considérant tous les hommes comme fils du même Dieu, ainsi que le respect de la vie et des droits humains, ensuite devenus la base de la culture occidentale. Le Confucianisme, par contre, avait comme valeur essentielle « l'harmonie » et le respect de la « hiérarchie », communément à la base des cultures asiatiques. Le climat peut lui-même être considéré un facteur influant pour le développement des habitudes et des usages socioculturels, reliés au milieu environnant ; dans les pays avec un climat chaud et tempéré les populations sont plus enclines à la socialisation, celles occupant des territoires plus plats, à la coopération, ainsi que celles vivant le long des côtes sont en général plus enclines au voyage, à l'exploration et aux échanges culturels. Parmi les différents chercheurs, anthropologues et sociologues, desquels mes recherches ont été inspirées aux fins de ce travail, je voudrais considérer le psychologue et anthropologue néerlandais, Geert Hofstede⁷² qui définit les suivantes « dimensions des valeurs » qui, en général, caractérisent et distinguent les principales cultures existantes dans le monde :

- indice de distance du pouvoir
- individualisme contre collectivisme
- masculinité contre féminité
- indice d'évitement de l'incertitude
- orientation temporelle à court terme, contre orientation à long terme

⁷² Simona Cudini, "La Comunicazione Interpersonale e Interculturale", de page 103, en relation à G. Hofstede, M.H. Bono, "The Confucius Connection From Cultural Roots to Economic Growth in Organizational Dynamics"

-restriction contre indulgence

La Distance du Pouvoir :

Il concerne la capacité majeure ou mineure d'accepter, de la part des membres les moins influents de la société, que le pouvoir soit centralisé, développé dans un ordre hiérarchique et inégalement réparti. Parmi les pays qui vivent et acceptent le plus cette distance hiérarchique, on trouve la Russie, les pays sud-américains, les pays asiatiques et les balkaniques, tandis que, les moins enclins sont les pays de l'Europe du nord, ceux de l'Amérique du nord et Israël. L'Europe centrale, méridionale et le Japon se placent dans une position intermédiaire.

Bibliografia

- Giusy Negro, "La Forza Comunicativa della Musica ", winScuole 2022
- Sabrina Marchetti e Raymond Siebetcheu, "Che Cos'è La Mediazione Linguistico-Culturale", Il Mulino, Itinerari, 2017
- Luciana Ceri, "Etica della Comunicazione", Il Mulino, Itinerari, 2018
- Paolo E. Balboni e Fabio Caon, "La Comunicazione Interculturale", Marsilio Editori, 2017
- Claudio A. D'Antoni, "Comunicazione Artistica", Scienze e Lettere, Roma, 2017
- Daniele Gallo, "Riconoscere e Ospitare L'Alterità", Gruppo Editoriale Viator, 2021
- Simona Cudini, "La Comunicazione Interpersonale e Interculturale", PM Edizioni, 2016

Sitografia

- www.sky.it/spettacolo/musica/apporfondimenti/canzoni-protesta
- www.artshapes.it/musica-contro-la-guerra-canzoni/
- www.informa3.altervista.org/etica

