

Alberto Gil  
Guido Gili

# LA DIFFERENZA CHE ARRICCHISCE

Comunicazione e Transculturalità

EDUSC 2022

© Copyright 2022 – Edizioni Santa Croce s.r.l.  
Via Sabotino, 2/A – 00195 Roma  
Tel. (39) 06 45493637  
info@edusc.it  
www.edizionisantacroce.it

ISBN 979-12-5482-040-7

# Indice

|   |     |
|---|-----|
| <i>Introduzione</i>   | 7   |
| Capitolo 1  |     |
| <i>La sfida della comunicazione e della comprensione</i>                      | 13  |
| 1. Similitudine e diversità degli esseri umani                                | 14  |
| 2. Cultura e culture  | 17  |
| 3. Comunicazione intra-culturale e inter-culturale                            | 30  |
| 4. Cultura dei media e industria culturale:<br>una cultura <i>sui generis</i> | 34  |
| Capitolo 2  |     |
| <i>Le condizioni della comunicazione intra e interculturale</i>               | 43  |
| 1. Le condizioni e i prerequisiti strutturali e contestuali                   | 43  |
| 2. Le disposizioni e gli atteggiamenti soggettivi                             | 63  |
| 3. Le situazioni interattive  | 75  |
| Capitolo 3  |     |
| <i>La transculturalità come fenomeno socio-culturale</i>                      | 83  |
| 1. Tradizione e trasferimento culturale. Prospettiva storica                  | 85  |
| 2. Transculturalità e ambiente comunicativo globale                           | 89  |
| 3. Transculturalità, ragione trasversale e ragione relazionale                | 100 |
| Capitolo 4  |     |
| <i>Transculturalità come dialogo translinguistico: la traduzione</i>          | 117 |
| 1. La traduzione come dialogo tra culture                                     | 118 |
| 2. La relazione bidirezionale tra ermeneutica e creatività                    | 128 |
| 3. Traduzione e <i>performance</i>  | 140 |
| 4. Credibilità e responsabilità del comunicatore tra le culture               | 157 |

INDICE

|   |     |
|---|-----|
| Capitolo 5  |     |
| <i>Il cristianesimo oltre la transculturalità</i> | 173 |
| 1. Lo strano caso del cristianesimo               | 173 |
| 2. La differenza che arricchisce                  | 179 |
| <br>  |     |
| <i>Bibliografia</i>                               | 183 |

## Introduzione

I coniugi Özlem Türeci e Uğur Şahin, figli di emigrati turchi in Germania, hanno scoperto per primi il vaccino anti-Covid 19, che alla fine del 2020 ha trasmesso al mondo la speranza di vincere la lotta contro il coronavirus. Ecco uno splendido esempio di integrazione culturale efficace. Nell'azienda Biontech di Türeci e Şahin a Magonza lavorano persone provenienti da più di sessanta nazioni (come ricordava la cancelliera Angela Merkel nel saluto di fine anno 2020). La migrazione può essere vista come una minaccia o come un arricchimento, ma è certamente un fatto inevitabile, sia ora che in futuro. Non ha senso chiudere le porte e le finestre dei paesi alla migrazione, ma non è nemmeno saggio spalancarle e basta. Vale la pena di riflettere sul fenomeno dell'incontro di culture e sui suoi possibili esiti: l'isolamento e il conflitto oppure il dialogo e l'arricchimento reciproco.

Per molti, comunicare tra lingue e culture diverse non è solo un fenomeno sociale ma anche un impegno professionale. Si tratta di chi dedica i propri studi ed energie alla comunicazione: in un mondo globalizzato e internazionale, sono costoro a costruire i rapporti tra il loro paese, la loro azienda o l'istituzione a cui appartengono e il pubblico di diverse lingue e culture a cui il messaggio è rivolto.

Tra questi professionisti ci sono gli studenti che si preparano a diventare comunicatori della Chiesa Cattolica: stiamo riferendoci al primo *global player* della storia, che ha accumulato una grande esperienza nel diffondere il messaggio di Cristo, traducendolo in numerose lingue e mentalità diverse. Non sorprende che nella sua storia

il fenomeno della traduzione, dal suo senso più ampio e profondo di transculturalità al significato più concreto di trasferimento di un testo da una lingua all'altra, occupi un posto centrale nell'incontro, nel dialogo e nella (tras)formazione delle culture.

L'esperienza di numerosi anni di ricerca e di insegnamento nel campo della comunicazione interculturale da diversi punti di vista, come la sociologia della comunicazione, la transculturalità e la traduzione, ha mostrato agli autori che per risolvere problemi specifici della professione del comunicatore è sempre necessario rifarsi ai primi principi della comunicazione transculturale. Ed è proprio su tali principi che intendono concentrarsi in questo libro. Pertanto, il presente studio si rivolge sia ai professionisti della comunicazione sia a tutti coloro che sono interessati al fenomeno dell'incontro tra le culture e alla possibilità di vivere meglio in un mondo strettamente interconnesso, evitando di scontrarsi e rischiare di distruggersi a vicenda.

Gli autori studiano la comunicazione da molti anni, sia dal punto di vista sociologico (Guido Gili) sia dal punto di vista della traduzione (Alberto Gil). Realizzando questo studio transdisciplinare hanno cercato di mostrare come il dialogo e l'influsso reciproco tra le diverse discipline aiuti a comprendere meglio le dinamiche del trasferimento linguistico, comunicativo e culturale in cui l'essere della persona e l'essere della società sono sempre intrecciati.

Così, le domande centrali del presente studio possono essere formulate come segue:

- Da quali diverse prospettive epistemologiche si può studiare il fenomeno della transculturalità?
- C'è un approccio più coerente con la dignità della persona umana e dei popoli?
- Come si può definire l'identità culturale in un mondo così interconnesso e ibrido?

- Può darsi che sotto il mantello della transculturalità e della globalizzazione si celi una nuova forma di colonizzazione culturale ed economica?
- L'operatore transculturale è anche un traduttore, ma a quest'ultimo si attribuisce spesso l'espressione "traduttore, traditore". Cosa significa veramente tradurre (bene)?

Per rispondere a tali domande procederemo come segue: innanzitutto (capitolo 1), approfondiremo la sfida della comunicazione e della comprensione proprio sulla base delle diverse culture e mentalità. Quindi (capitolo 2) esporremo le condizioni della comunicazione intra e interculturale, sia nei loro aspetti strutturali, sia in quelli soggettivi e relazionali. Nel capitolo 3 ci occuperemo più in particolare del fenomeno della transculturalità dai punti di vista storico e socioculturale. Su questo sfondo sarà possibile attingere gli strati più profondi della traduzione, nella sua dimensione bidirezionale di ermeneutica e creatività (capitolo 4). Infine, nel capitolo 5, esamineremo il fenomeno particolare del cristianesimo che, come espressione di fede, non è una cultura in più accanto alle altre, ma influenza le culture diventando esso stesso cultura.

Le risposte che troveremo costituiranno una valida base per indagare dimensioni più profonde della teoria e della pratica della traduzione, come pure dell'interrelazione tra missione e cultura.

Come è noto, il concetto di cultura e i suoi derivati non godono di un significato comune accettato e utilizzato da tutti. Nel presente studio, optiamo per una prospettiva antropologica, intendendo la cultura come una concezione della vita, un orizzonte vitale, come espressione del modo di pensare, sentire, agire e comunicare. La cultura intesa in generale si realizza nelle diverse culture. Ed esse possono comporre una mera *multiculturalità* quando si trovano una

accanto all'altra, senza entrare in relazione. Se invece si dà un dialogo o addirittura uno scambio tra loro, si può parlare di *interculturalità*, mentre il termine *transculturalità* entra in campo per riferirsi ai veri e propri trasferimenti dall'una all'altra, quando una cultura influenza l'altra (spesso una in posizione dominante e una inferiore) o quando due culture si influenzano a vicenda.

Questi concetti verranno sviluppati nelle pagine seguenti, secondo un metodo di lavoro scientifico che è stato definito *transdisciplinarietà* e che qui passiamo a illustrare brevemente.

Analogamente ai concetti già citati e implicati con il concetto di cultura, possiamo parlare di:

- *Multidisciplinarietà*, quando in un progetto si applicano diverse scienze, ognuna delle quali agisce secondo i propri principi. Metaforicamente, si potrebbe parlare di una festa, cui ogni ospite contribuisce con la propria specialità culinaria.
- *Interdisciplinarietà*, quando diverse scienze sono integrate in un progetto: ognuna apporta i propri metodi e principi, cercando di raggiungere risultati concreti con l'aggiunta dei diversi contributi. Nella nostra immagine della festa, si tratterebbe di partire da un menu comune prestabilito, al quale ogni invitato contribuisce con una parte del tutto.
- *Transdisciplinarietà*, quando le diverse discipline lavorano insieme, superando i limiti della propria specialità e mettendola a disposizione delle altre scienze, per cercare insieme di risolvere un problema che non può essere risolto da una sola scienza. Metaforicamente, corrisponderebbe all'organizzazione condivisa di una cena, in cui non solo si condividono gli ingredienti, ma si cucina tutti insieme.



Una buona sintesi della ricerca attuale sulla transdisciplinarietà può essere trovata nello *Handbook of Transdisciplinary Research* (2008), da cui estrapoliamo alcune idee di base per comprendere meglio lo sfondo del presente studio. La transdisciplinarietà può essere attivata quando si vuole risolvere un problema che, come spesso accade nella realtà, è complesso e va oltre i limiti delle scienze particolari. Nel nostro caso si tratta della comunicazione interculturale e transculturale, ambiti in cui si intrecciano aspetti di sociologia comunicativa, linguistica pragmatica, cultura e traduttologia.

È quindi necessario che le diverse scienze non solo dialoghino tra di loro, ma che si completino, imparino l'una dall'altra e quindi allarghino l'orizzonte dei loro metodi e contenuti.



## Capitolo 1

### La sfida della comunicazione e della comprensione

Cosa c'è di comune e cosa c'è di diverso nel modo di comunicare degli spagnoli, degli statunitensi, degli egiziani e dei giapponesi? Come possono comunicare tra loro spagnoli, statunitensi, egiziani, giapponesi e comprenderli? Come un prodotto culturale (un manufatto, un testo letterario, un'opera grafica, un film) può essere compreso e apprezzato – e in una certa misura incorporato – all'interno di un'altra cultura e da persone che appartengono o si riferiscono a un'altra cultura?

Queste domande appaiono oggi assolutamente centrali nella teoria e nella ricerca sulla comunicazione poiché le situazioni di interazione comunicativa tra persone che provengono da paesi e culture diverse non costituiscono più un'eccezione, come poteva accadere in passato, ma una condizione sempre più normale e quotidiana: “Oggi stiamo certamente sperimentando la complessità delle differenze culturali nella vita quotidiana. I media trasmettono immagini ed eventi delle più remote parti del mondo, e una conversazione con i vicini o con gli amici sul loro viaggio in località come i Caraibi o Bali non è assolutamente un evento straordinario. Viaggiare in luoghi distanti del mondo fa ormai parte della nostra vita quotidiana. E viaggiando con l'autobus verso il luogo di lavoro siamo esposti a molte lingue differenti che non comprendiamo. In questo senso l'Altro culturale sembra onnipresente, e ciò può sembrare un controsenso. Ma sono finiti i tempi in cui l'Altro era ancora

‘il viandante che arriva oggi e decide di rimanere domani’, secondo la definizione offerta da Georg Simmel nel suo classico studio sulla sociologia” (Shimada 2006, 211-212).

La normalità e la quotidianità dell’interazione tra persone che provengono da paesi diversi, parlano lingue diverse, usano sistemi di gesti e segni diversi, con tutti i problemi e le difficoltà che ciò pone, ci chiede di riconsiderare i fondamenti stessi della relazione comunicativa attingendo a una pluralità di scienze e di discipline che hanno illuminato, da diverse prospettive, questo complesso fenomeno. E, al tempo stesso, ci chiede di indagare con attenzione il rapporto tra comunicazione e cultura.

### 1. SIMILITUDINE E DIVERSITÀ DEGLI ESSERI UMANI

C’è un punto di partenza dal quale dobbiamo prendere necessariamente le mosse per ogni analisi della comunicazione come fenomeno sociale e culturale: gli esseri umani, in quanto *soggetti che comunicano*, sono al tempo stesso simili e diversi. Si tratta di un’evidenza originaria, che appartiene all’esperienza di tutti e non deriva dal particolare modo di vedere di una determinata cultura o di un mondo sociale: *l’altro è come me, ma è diverso da me*. Percepriamo il corpo dell’altro, i suoi movimenti e le sue espressioni – se, ad esempio, ride o piange, parla o si impegna in un’azione – e da ciò comprendiamo che ha una vita psichica simile alla nostra, ma i contenuti della sua coscienza e i suoi vissuti non sono per noi immediatamente accessibili. Nella relazione comunicativa gli stati mentali dell’altro – pensieri, emozioni, determinazioni della volontà – non possono essere colti in modo originario, ma solo in modo indiretto e derivato *attraverso i segni (esterni) che li esprimono* (Costa 2010, 2011).

Questa fondamentale similitudine e differenza dei soggetti umani, come ha osservato Paul Ricoeur, è la condizione a-priori della comunicazione umana (1989, 291). Solo soggetti essenzialmente simili e al tempo stesso diversi pos-

sono stare in relazione e comunicare tra loro. Questo fatto rende la comunicazione facile e difficile al tempo stesso.

La similitudine tra coloro che comunicano rende la comunicazione facile non solo con chi è più prossimo e simile a noi, ma anche con chi è più lontano e diverso per lingua, esperienza di vita e cultura. Le varie scienze della comunicazione – linguistica, psicologia, sociologia, antropologia, etologia – hanno indicato infatti una serie di fenomeni “invarianti” che precedono e attraversano le diverse culture: le fondamentali espressioni facciali delle emozioni che, come già aveva intuito Darwin (1872) e come è stato confermato da molti studi più recenti sono innate (Ekman 1973, 1982; Ekman/Friesen 1986); le strutture e i caratteri essenziali del linguaggio presenti in tutte le lingue (Chomsky 1957, 1965, 2000; Greenberg 1957, 1963, 1978; Comrie 1981; Heine 1997; Croft 2002; Goddard/Wierzbicka 2002, 2016); gli universali conversazionali e le regole pragmatiche della cooperazione e della cortesia comunicativa (Hudson 1980, tr. it. 1987, pp. 125-160; Brown/Levinson 1987, 1987; Ide 1989); i gesti dotati di un significato universale che suscitano reazioni comuni, ad esempio inibendo l’aggressività (Lenneberg 1967; Eibl-Eibesfeldt 1970; Ravazzoli 1979; Matsumoto 2006). Sorridendo, inchinandosi o agitando i pugni per la rabbia gli uomini possono intendersi e far capire le proprie intenzioni anche se non condividono una sola parola. Ma essi possono anche *imparare* le parole dell’altro, poiché le tante lingue che gli uomini parlano, pur nella loro grande diversità, esprimono l’universale facoltà umana di costruire e comunicare i significati attraverso il linguaggio. Così nella conversazione ci attendiamo che a una domanda segua una risposta, a un saluto si risponda con un saluto, a un comando o a una supplica possa seguire una determinata azione. Comunicare è dunque sempre possibile non solo perché la comunicazione umana, verbale e non verbale, presenta caratteri pre e trans-culturali sostanzialmente si-

mili, ma anche perché l'esperienza umana e il mondo a cui la comunicazione attinge e si riferisce presentano fondamentali elementi di similitudine che possono essere universalmente riconosciuti e compresi (Belardinelli 2002). Antropologi e sociologi hanno richiamato l'attenzione sull'esistenza di universali della biologia umana e della vita sociale che sembrano aver prodotto anche costanti (o semi-costanti) che superano le differenze culturali e offrono un *comune riferimento di esperienza* ai partecipanti alla comunicazione. Si tratta di pratiche sociali e simboliche quali ad esempio il gioco, l'ornamento del corpo, il lavoro cooperativo, l'istruzione, i cerimoniali funebri, e valori fondamentali quasi identici per tutto il genere umano. Nessuna cultura tollera la menzogna, il furto e la violenza indiscriminata all'interno del gruppo di appartenenza; nessuna cultura dà valore alla sofferenza fine a sé stessa; nessuna cultura definisce *normale* chi non riesca a mantenere un certo grado di controllo della sua vita impulsiva, sebbene poi le diverse culture possono usare la sofferenza come mezzo per i diversi fini della società (punizione, disciplina, etc.) o dell'individuo (purificazione, esaltazione mistica, etc.); possono presentare stili emozionali diversi che lasciano maggior o minore spazio alle manifestazioni emotive e alla espressione dei sentimenti; possono dare diversi significati al rapporto con i defunti ed esprimere in forme diverse il timore, il rispetto o l'affetto nei loro confronti (Kluckhohn/Kroeber 1963, tr. it. 1972, 358-362).

Se dunque esistono molteplici fattori che rendono possibile la comunicazione e la comprensione, la costitutiva diversità degli esseri umani fa però della comunicazione un evento sempre *problematico* e *rischioso*, non solo quando l'interlocutore è il più diverso e il più lontano da noi per storia personale e cultura, ma anche quando è il più simile e il più prossimo. A questo proposito, il filosofo Rémi Brague, con un'espressione solo apparentemente paradossale, osserva che "ogni giorno incontriamo esseri misteriosi, insondabili, di

cui non potremmo mai cogliere tutte le possibilità. (...) Infatti, persino le persone che frequentiamo più assiduamente – i nostri genitori, i nostri figli, gli amici – non possiamo sostenere di conoscerle in ogni loro aspetto” (2008, tr. it. 2009, 38). In questo senso, gli incidenti e gli errori nella comunicazione ci appaiono immediatamente come fenomeni contingenti, eventi spiacevoli, che turbano il corso normale e prevedibile della comunicazione. Se però spingiamo lo sguardo oltre questa apparente ovvietà, la comunicazione si rivela *sempre* una scommessa e un rischio, che richiede molteplici condizioni perché accada e abbia successo. Per quanto simile e vicino, come può essere un familiare o un amico, l'altro rimane *diverso da me*, per cui la comunicazione è sempre una traduzione di ciò che l'altro mi comunica all'interno del mio mondo di conoscenze e di esperienze. In tal senso, come suggerisce giustamente Hannerz (1992), ogni comunicazione è sempre “interculturale” e implica sempre una “traduzione”.

## 2. CULTURA E CULTURE

Un secondo aspetto fondamentale per comprendere la dinamica della comunicazione è il *rapporto tra comunicazione e cultura*. Nella comunicazione non avviene solo lo scambio di informazioni e contenuti tra due o più persone, ma un più complesso processo di interazione che comprende non solo ciò che sappiamo dell'altro nel momento in cui entriamo in relazione con lui, ma anche l'insieme delle conoscenze, delle credenze, dei valori, delle norme, delle opinioni, delle abitudini che emergono dalla nostra particolare biografia ed educazione e dalla più generale partecipazione alla vita di una società o di un gruppo sociale, insomma ciò che gli studiosi di scienze sociali chiamano “contesto” o “cultura” (Geertz 1973).

L'uomo è un animale culturale. Mentre gli altri animali si adattano all'ambiente attraverso moduli comportamentali

iscritti nella loro struttura istintuale, l'uomo si adatta all'ambiente – e, al tempo stesso, modifica l'ambiente – attraverso la cultura. La cultura è il modo di vivere distintivo di un particolare gruppo di persone, il loro complessivo “disegno di vita”. Costituisce un insieme di modi di *pensare*, di *sentire*, di *agire* e di *comunicare* più o meno coerenti tra loro, più o meno espliciti e codificati che, essendo appresi e condivisi da una pluralità di persone, uniscono queste persone in una collettività particolare e distinta sia in modo oggettivo sia in modo simbolico (Kluckhohn/Kroeber 1963; Rocher 2012). In modo oggettivo, poiché i modi di pensare, di sentire, di agire e di comunicare, che un gruppo di persone condivide, stabiliscono dei legami che ciascuna di esse percepisce come dei beni reali. In modo simbolico, nel senso che le persone si riferiscono reciprocamente le une alle altre e alla realtà che le circonda adottando una prospettiva e uno sguardo simile. Ciò li rende simili tra loro e, al tempo stesso, li differenzia da altri gruppi o categorie di persone.

Questo complessivo disegno di vita – e questo sguardo distintivo sulla realtà – viene trasmesso da una generazione all'altra attraverso il processo di educazione e di socializzazione per cui il nuovo nato, interagendo con una serie di persone, di gruppi e di ambienti sociali (agenti e agenzie di socializzazione), generalmente a partire dalla famiglia, apprende nel corso della sua vita a diventare un membro competente della società (di una particolare società).

Nel corso del processo di socializzazione la persona sviluppa la sua *identità*, cioè la definizione che dà di se stessa come soggetto individuale. Ciò conferisce una certa unità e coerenza al suo essere e alla sua condotta. Il senso dell'identità è necessario tanto dal punto di vista psicologico che sociale: da un lato contribuisce infatti alla stabilità dell'individuo e gli permette di raggiungere una personalità matura e realizzata (secondo la definizione che la sua società dà di questa idea); dall'altro lato è un requisito indispen-



sabile per un positivo inserimento nel suo ambiente e nel suo gruppo sociale. Nel considerare questo processo, occorre tuttavia evitare di cadere in una concezione “sovrasocializzata” dell’uomo (Wrong 1961), quasi che tale processo possa produrre una vera e propria programmazione della mente individuale come riflesso delle aspettative del gruppo sociale. L’adattamento della persona al suo ambiente sociale – per mezzo dell’interiorizzazione dei valori, dei modelli di comportamento e dei simboli – può infatti assumere diverse modalità e gradi di conformità, varianza e devianza, senza tuttavia che ciò implichi necessariamente il rifiuto dei valori e dei modelli dominanti o preferenziali.

#### *Gli elementi costitutivi delle culture*

Secondo una influente tipologia proposta dal sociologo statunitense Talcott Parsons (1951, tr. it. 1965, capp. 8/9) la cultura (ogni cultura) è composta da quattro elementi fondamentali: la conoscenza empirica, la conoscenza esistenziale, i valori (e le norme ad essi connesse) e la simbolizzazione espressiva.

La *conoscenza empirica* comprende l’insieme delle conoscenze su come è il mondo e come funziona. Nell’epoca moderna la fonte principale di questo tipo di conoscenza è il sapere scientifico, basato su metodi di analisi e di verifica rigorosi. Nelle società premoderne prevaleva invece una forma di conoscenza empirica di tipo tradizionale basata su un’attenta e paziente osservazione delle cose e su una lunga tradizione di esattezza (ad esempio in campo meteorologico, agricolo, pastorale, medico). Anche nelle società attuali un grande serbatoio di conoscenze empiriche è costituito dal sapere di senso comune, cioè il sapere dato-per-scontato nel mondo della vita quotidiana, per cui le cose sono come ci appaiono immediatamente. Ad esempio, pur sapendo dalla scienza moderna che la terra ha una forma sferica e vaga nello spazio, nella nostra esperienza immediata essa ci

appare come una superficie piatta, solida e stabile, cioè come suolo e dimora su cui costruiamo le nostre case.

La *conoscenza esistenziale* comprende tutti i tentativi di dare una spiegazione alle domande sull'origine e il fine del cosmo, sul senso della realtà, sul destino dell'uomo e sul suo posto nel mondo. Questa ricerca sta alla base di tutte le religioni, le mitologie, le filosofie e le ideologie. In tal senso ogni cultura contiene una visione del mondo (*Weltanschauung, world view*), una concezione antropologica e un'idea di vita buona, cioè un ideale di realizzazione umana, che è anche alla base degli ideali educativi che caratterizzano tutte le società, anche se variano nelle diverse epoche e società (su questo aspetto, si veda ad esempio Mannheim/Stewart 1962, tr. it. 2017, capp. 3/4).

Il terzo elemento della cultura è costituito dai *valori*, cioè i modi di essere e di agire che una collettività riconosce come ideali, positivi, desiderabili e che rendono stimabili e apprezzabili le persone e le condotte che ad essi si riferiscono e in essi si riconoscono. Clyde Kluckhohn (1951) parla a questo proposito di "concezioni del desiderabile". I valori ci permettono di distinguere tra bene e male, morale e immorale, decente e indecente. Dai valori discendono le norme, cioè dei modelli di comportamento che stabiliscono quali comportamenti siano prescritti, preferiti, ammessi o proibiti in una determinata società o gruppo sociale. Valori e norme sono legati alla conoscenza esistenziale, cioè alla più generale visione del mondo di un gruppo sociale: si pensi ad esempio ai Dieci Comandamenti nei quali il riconoscimento della unicità e della sovranità di Dio dà origine a un insieme di valori e di norme quali la santificazione del sabato, il rispetto per i genitori, il divieto di uccidere, rubare o mentire. La forza delle norme dipende in parte dal fatto che la loro osservanza o la loro violazione comporta delle sanzioni positive o negative (premi e punizioni), ma, ancor più, esse ci appaiono vincolanti perché sono legate a dei va-

lori che sentiamo veri e importanti per noi, che ci convincono e ci mobilitano. Ad esempio, la norma “non uccidere” non viene osservata solo perché la sua trasgressione espone a gravi conseguenze e pene, ma perché è legata all’idea che la vita dell’uomo sia un valore che merita rispetto, nel caso specifico della visione giudaico-cristiana perché l’uomo è immagine di Dio e figlio di Dio.

La *simbolizzazione espressiva* consiste, infine, nelle diverse forme artistiche e di creatività. Comprende l’arte, la letteratura, la musica, il teatro, nelle loro molteplici forme, dalla cultura dotta o alta cultura alla cultura popolare (*folk culture*). Anche la simbolizzazione espressiva è legata alle concezioni esistenziali e ai valori che vengono tradotti in determinati canoni estetici, nella distinzione tra bello e brutto, nella scelta dei soggetti da rappresentare, etc. Ad esempio nella pittura dell’antico Egitto o del medioevo europeo la grandezza delle figure coincideva con l’importanza dei soggetti; in alcune culture è ammesso rappresentare la figura umana mentre altre non lo consentono; le diverse culture hanno idee diverse su ciò che è ritenuto osceno (ad esempio la nudità), etc.

Anche secondo una più recente tipologia proposta da Geert Hofstede (2001) la cultura è caratterizzata da quattro elementi fondamentali. Oltre ai *valori*, già presenti nella tipologia di Parsons, Hofstede indica i *simboli*, gli *eroi* e i *rituali*.

Un *simbolo*, in senso lato, è un segno, un gesto, un atto o un oggetto che ha un significato riconosciuto e condiviso dai membri di una società o di un gruppo sociale. Tra i sistemi simbolici un ruolo essenziale è svolto innanzitutto dalla lingua parlata e dai diversi sistemi di scrittura. La lingua è considerata quasi unanimemente la prima componente di una cultura. In secondo luogo vanno ricordati i simboli sociali. Questi simboli assolvono una funzione di identificazione e di riconoscimento sociale. Tutti i gruppi sociali – le nazioni,

le classi, i gruppi etnici, i gruppi professionali, le organizzazioni politiche, le aziende, le famiglie – usano determinati simboli per rafforzare il senso di appartenenza e di solidarietà, per assicurare la partecipazione dei membri secondo il ruolo e la posizione che ciascuno occupa, per marcare i confini e le differenze da altri gruppi. I gesti, le insegne, l'abbigliamento, gli oggetti, i luoghi, diventano, a seconda dei casi, simboli della solidarietà e della coesione sociale, simboli del potere, del rango e del prestigio, delle differenze sessuali e generazionali, simboli del passato e della tradizione, simboli della modernità e dell'innovazione. Oggetti simbolici sono, ad esempio, le bandiere, gli inni, i costumi tradizionali, alcuni monumenti particolarmente rappresentativi della storia e dell'identità nazionale (come il Colosseo a Roma, la Tour Eiffel a Parigi, la Tower of London, la Statue of Liberty a New York o il Cristo Redentor sul monte Corcovado a Rio de Janeiro) o gli animali simbolici (il gallo per la Francia, l'aquila per gli Stati Uniti, l'orso per la Russia, il dragone per la Cina). Anche l'anello nuziale è un simbolo di legame e di fedeltà tra i coniugi, ma, con tale significato, è presente solo in alcune culture e non in altre. Questo universo di simboli consente all'individuo non solo di "rappresentarsi" la realtà, ma anche di "collocarsi" all'interno di essa e di esprimere la propria identità sociale (Gili 1997).

Gli *eroi* sono le figure e i personaggi che servono da modelli dell'azione perché le loro caratteristiche personali e le loro scelte di vita sono apprezzate e ammirate nel loro ambiente culturale. Possono essere personaggi storici, come i fondatori delle grandi religioni, i padri della patria, i grandi condottieri o i grandi rivoluzionari. Possono anche essere personaggi dell'immaginario, oggetto di invenzione o di re-invenzione letteraria come Achille, Sigfrido o El Cid Campeador. Uno studioso della socializzazione scolastica ha osservato che la conoscenza e l'ammirazione delle grandi figure storiche e letterarie è un aspetto fondamentale

dell'insegnamento, finalizzato alla trasmissione dei valori nazionali e delle virtù morali tradizionali (Brint 1998, tr. it. 1999, 167-179).

I *rituali* infine sono attività collettive considerate socialmente importanti, costruite intorno ai valori e ai simboli sociali comuni e servono in genere a riproporli e rafforzarli (Seligman/Weller/Puett/Simon 2008). Particolarmente significativi sono i rituali del potere o della solidarietà all'interno dei gruppi sociali: l'incoronazione di un re, la proclamazione del presidente, la celebrazione di un rito o di un sacramento religioso, un giuramento pubblico, etc. Anche Dayan e Katz (1992) proponendo una tipologia dei *media events*, cioè i grandi eventi storici e spettacolari ripresi in diretta dai media audiovisivi, distinguono tra le incoronazioni (come i matrimoni e i funerali dei grandi personaggi), le conquiste (come l'atterraggio dell'uomo sulla luna o la caduta del Muro di Berlino) e le competizioni (come le elezioni politiche o le grandi competizioni sportive).

Va sottolineato che tutti questi elementi, presenti nelle classificazioni di Parsons e Hofstede, sono concatenati e interdipendenti. I valori e le norme sono sempre collegati a una certa concezione esistenziale dell'uomo e del mondo. La conoscenza esistenziale condiziona anche il modo in cui si guarda alla realtà fenomenica (il mondo come è) e, al tempo stesso, i nuovi modi di conoscenza empirica possono mettere in discussione le visioni del mondo, le concezioni religiose e le ideologie dominanti (si pensi, ad esempio, all'impatto sulla visione religiosa cristiana della rivoluzione scientifica nel XVI e XVII secolo o della teoria darwiniana nel XIX secolo). I simboli e i rituali, a loro volta, esprimono e rendono visibili i valori. Anche le concezioni artistiche e i canoni estetici si legano strettamente alle concezioni esistenziali e ai valori.

I valori assumono dunque un ruolo centrale nell'assetto della cultura e quindi anche nel definire le differenze tra le culture.

Operando una suggestiva sintesi Florence Kluckhohn (1950, 1953, con Strodtbeck 1961) ha identificato cinque grandi questioni ("common human problems about existence") rispetto alle quali ogni società e gruppo sociale devono prendere posizione, differenziandosi anche profondamente tra loro.

- a) *La definizione della natura umana (innate predispositions)*: per alcune culture e sistemi di pensiero (religioni, mitologie, filosofie, ideologie) la natura umana è fondamentalmente buona e benevola, per altri è invece essenzialmente malvagia e infida, per altri ancora è una natura "mista" e ambivalente. Essa inoltre può essere vista come fissa e inalterabile oppure come modificabile e perfettibile. Ad esempio, Kluckhohn osserva che nella cultura nord americana, fortemente influenzata dallo spirito puritano, la natura umana è ambivalente, tendenzialmente cattiva, ma perfettibile, il che implica una costante disciplina e un controllo del carattere contro il pericolo, sempre incombente, della regressione.
  
- b) *Il rapporto tra l'uomo e l'ambiente naturale (man's relation to nature)*: può essere un rapporto nel quale l'uomo vive sottomesso alle forze naturali oppure un rapporto armonico di profonda partecipazione a un cosmo di cui egli si sente parte integrante oppure, ancora, può essere un rapporto improntato al dominio e al controllo della natura. Il rapporto dei popoli occidentali moderni con la natura è segnato dall'idea di un crescente controllo e conquista (almeno fino all'avvento delle visioni ecologiche e ambientaliste che oggi hanno guadagnato molto spazio anche alla luce delle conseguenze perverse della visione e della prassi dominatrice sulla salute del pianeta).

- c) *L'atteggiamento nei confronti del tempo (time dimension)*: alcune culture privilegiano il rapporto con il passato e i valori della tradizione, altre vivono completamente immerse nel presente con le sue necessità e possibilità, altre infine sono proiettate verso il futuro, enfatizzano e apprezzano ciò che è nuovo, come accade tipicamente per le società moderne che abbracciano il mito del progresso.
- d) *La modalità prevalente di azione e di espressione dell'io (valued personality type)*: alcune culture apprezzano quei modi di essere e di agire che appaiono come espressioni innate e spontanee della natura umana (opzione dell'*essere*); altre accordano la preferenza ad attività che consentono la crescita morale e spirituale dell'individuo e apprezzano valori come la saggezza e l'autocontrollo (opzione dell'*essere in divenire*); altre, infine, incoraggiano la ricerca dell'efficienza e della produttività e le attività funzionali al progresso e alla realizzazione personale e sociale (opzione del *fare*).
- e) *La modalità prevalente delle relazioni con gli altri (relationship pattern)*: alcune culture sviluppano maggiormente la dimensione solidaristica, altre quella individualistica. Alcune favoriscono relazioni di tipo gerarchico, altre di tipo egualitario. Alcune culture assegnano più di altre valore e riconoscimento al merito e alle capacità individuali.

Più di recente alcuni ampi programmi di ricerca sulle relazioni interculturali hanno identificato alcuni dilemmi valoriali fondamentali che differenziano le culture umane.

Hofstede (1980, 1983, 2001) ha identificato:

- a) *Elusione dell'incertezza (uncertainty avoidance)*: indica il modo in cui le diverse culture si rapportano al problema dell'incertezza e le strategie adottate per affrontarlo. Le

società che avvertono fortemente tale problema sviluppano strategie, rituali e istituzioni per ridurre l'incertezza, costruiscono sistemi di norme e regole altamente formalizzati, scoraggiano le relazioni potenzialmente rischiose, spingono i loro membri a reagire alla diversità e all'imprevisto con maggiore ansietà e aggressività. Al contrario, nelle società che avvertono meno drammaticamente tale problema, gli individui sono più fiduciosi e meno diffidenti nelle relazioni con gli altri, accettano più facilmente il rischio personale, sono più tolleranti e aperti nei confronti di idee e comportamenti diversi che non avvertono come una minaccia.

b) *Distanza dal potere* (*power distance*): indica il grado secondo cui le diverse culture ammettono le differenze di potere e di status e le persone che occupano le posizioni sociali inferiori accettano o rifiutano tali differenze e gerarchie sociali.

c) *Mascolinità* (*masculinity*) contro *femminilità* (*femininity*): si riferisce non solo al modo in cui le diverse culture considerano le differenze e le relazioni tra i generi sessuali, ma anche a un più generale orientamento valoriale ed emotivo delle culture verso il successo, il risultato, la fermezza, la disciplina oppure verso l'altruismo, la qualità della vita e il supporto sociale.

d) *Individualismo* (*individualism*) contro *collettivismo* (*collectivism*): indica il grado con cui le diverse culture antepongono gli scopi individuali agli scopi collettivi o, al contrario, sacrificano i primi a favore di questi ultimi.

A queste quattro dimensioni fondamentali Hofstede ha aggiunto in seguito:

e) *l'opposizione tra indulgenza* (*indulgence*) e *controllo* (*restraint*): in alcune culture una persona può tendenzialmente



comportarsi come più preferisce mentre in altre la sua azione è limitata da varie norme e proibizioni sociali.

f) *l'opposizione tra orientamento a lungo termine (long-term orientation) e orientamento a breve termine (short-term orientation)*. Questa dimensione ha a che fare con le concezioni del tempo sociale: si tratta dell'opzione riguardo alla ricerca della soddisfazione e della gratificazione immediata oppure del differimento di questa soddisfazione nel tempo per conseguire un bene o un risultato più elevato, atteggiamento quest'ultimo che richiede capacità di sacrificio, perseveranza e lungimiranza (Hofstede et al. 2010; 2011).

Un'altra influente tipologia degli orientamenti di valore è stata proposta dallo psicologo sociale Shalom H. Schwartz (1999, 2004, 2012). Confrontando i dati raccolti in oltre ottanta paesi, Schwartz ha identificato tre dimensioni principali rispetto alle quali i sistemi di valore presenti nelle diverse culture nazionali possono differenziarsi tra loro. La prima è costituita dall'*orientamento circa le relazioni tra individuo e gruppo* ed oscilla tra i due poli dell'*inquadramento (embeddedness)* con i relativi valori di obbedienza, ordine sociale, ossequio della tradizione e i valori dell'*autonomia individuale* (intellettuale, affettiva, decisionale). La seconda dimensione fa riferimento ai *valori sociali* orientandosi, da un lato, verso la *gerarchia sociale* ed i suoi valori (autorità, potere, onore, ricchezza) e dall'altro verso l'*egualitarismo* ed i valori collegati di uguaglianza, mutuo aiuto, cooperazione volontaria, giustizia sociale, onestà. Infine, la terza dimensione è costituita dalle relazioni tra uomini e ambiente naturale e sociale. Ad un polo avremo i valori del *dominio* dell'uomo sull'ambiente fisico e sociale (efficacia, competenza, successo), mentre all'altro emergerà il valore dell'*armonia*, dell'integrazione e del rispetto.

Harry C. Triandis (1995, 2003, et al. 1988) ha individuato nell'opzione *individualismo/collettivismo*, presente anche negli altri studiosi, l'asse principale rispetto al quale le culture possono differenziarsi. Nelle culture a prevalente orientamento collettivista, come quelle asiatiche e latino-americane, le persone nella propria auto-percezione e nella propria azione fanno principalmente riferimento al sé collettivo (di tipo familiare, religioso, etnico, nazionale) piuttosto che al sé individuale; danno priorità agli obiettivi del gruppo rispetto ai fini individuali; definiscono il proprio comportamento più in termini di norme condivise che di atteggiamenti e preferenze personali; concepiscono le relazioni sociali all'interno del gruppo in termini di una forte comunità di intenti e di un comune sentire piuttosto che in termini di convergenza di interessi; avvertono fortemente la differenza tra *ingroup* e *outgroup*. Al contrario, nelle culture europee e del Nord America, tipiche espressioni della modernità occidentale, il centro dell'azione è l'individuo. Le persone fanno essenzialmente riferimento al sé individuale piuttosto che al gruppo; mettono al primo posto i propri bisogni e interessi individuali; possono far parte di diversi gruppi sociali, ma senza identificarsi profondamente in nessuno di essi; avvertono come meno significativi i confini tra *ingroup* e *outgroup*.

### *La cultura materiale*

Una dimensione assai importante della cultura è costituita dalla cultura materiale. L'uomo è infatti l'unico animale "che costruisce utensili" (McLuhan 1962, tr. it. 1976, 25) e frappone tra sé e l'ambiente naturale un sistema di segni e di oggetti fabbricati. Secondo l'antropologo Edward Hall tutti gli artefatti che l'uomo utilizza sono estensioni di qualche organo e funzione fisica, sensoriale o psichica. Al tempo stesso costituiscono dei media, nel senso che influenzano in modo determinante il rapporto tra l'uomo e

il suo ambiente naturale e sociale e i rapporti tra gli esseri umani. A questo proposito, Hall osserva che: “Oggi la nostra specie ha sviluppato estensioni praticamente per tutto ciò che eravamo soliti fare con il nostro corpo. L'evoluzione delle armi comincia con i denti e il pugno e termina con la bomba atomica. I vestiti e le abitazioni sono estensioni del nostro meccanismo biologico di controllo della temperatura. I mobili sostituiscono lo stare accovacciati o seduti a terra. Le macchine utensili, gli occhiali, la televisione, i telefoni e i libri che portano la voce attraverso il tempo e lo spazio sono esempi di estensioni materiali. Il denaro è un modo di estendere e immagazzinare il lavoro. Le nostre reti di trasporto fanno oggi quello che un tempo facevamo con i piedi e con la schiena. Di fatto, tutti gli oggetti materiali fatti dall'uomo possono essere considerati come estensioni di ciò che una volta l'uomo faceva con il proprio corpo o con una parte specializzata del proprio corpo” (E. Hall 1959, 55).

Nell'uomo la cultura e i suoi artefatti costituiscono una seconda natura: la nutrizione, il movimento, la difesa, i bisogni psicologici e sociali vengono infatti soddisfatti attraverso le estensioni artificiali del suo corpo e del suo sistema sensoriale sin dalle forme più primitive della vita sociale. La cultura materiale comprende la definizione dell'immagine corporea e la cura del corpo, le forme dell'abitare, le tecniche di lavoro e della produzione materiale, la preparazione del cibo, le tecnologie comunicative. Ad esempio la funzione del nutrirsi non è solo una risposta al bisogno di sopravvivenza, ma è sottoposta a un sistema di valori e di norme culturali. Così gli esseri umani, potenzialmente onnivori, agiscono selettivamente poiché le loro culture dirigono le loro preferenze e i loro gusti verso certi cibi e non altri, giungendo addirittura a proibire alcuni cibi come pericolosi o impuri. Anche il lavoro e le sue forme sono connessi a un sistema di idee e di valori su quali attività siano più nobili e quali indegne, e quindi oggetto dell'attività delle classi superiori o

inferiori, degli uomini liberi, dei servi e degli schiavi. Anche le innovazioni tecnologiche non compaiono all'improvviso e come esito di uno sforzo creativo individuale isolato, ma perché c'è un bisogno sociale che spinge la ricerca e l'innovazione in determinate direzioni e una prospettiva culturale che sostiene e valorizza tali sforzi (Griswold 1994; Burke 2018).

Tra gli artefatti e le tecnologie di cui gli uomini si servono per rispondere ai loro molti bisogni, un ruolo del tutto particolare rivestono le tecnologie comunicative: i *media*. Gli autori che fanno riferimento all'approccio teorico conosciuto come "ecologia dei media" – i più significativi sono Harold Innis (1950, 1951), Walter Ong (1967, 1982) e Marshall McLuhan (1962, 1964, 1988) – sostengono che le soglie e le tappe fondamentali della storia umana sono costituite dall'invenzione e dalla diffusione di nuove tecnologie comunicative: le prime forme di scrittura pittografica e ideografica, l'alfabeto fonetico, la stampa, i media elettrici e audiovisivi (radio, televisione) e oggi i media digitali. Le culture differiscono essenzialmente in base ai media dominanti, per cui si parla di culture orali, culture chirografiche, culture alfabetiche, culture tipografiche, culture audiovisive, culture digitali. Secondo questo approccio la comunicazione ha una priorità sulla cultura, nel senso che l'ambiente sociale e culturale umano si costruisce *intorno* ai media, poiché questi plasmano le strutture percettive e cognitive con cui l'uomo vede il mondo ed agisce nel mondo. Per usare le parole di McLuhan, i nuovi media non sono dei nuovi modi per riportarci al vecchio mondo reale; *sono essi stessi il mondo reale* e rimodellano radicalmente la cultura e la società precedenti.

### 3. COMUNICAZIONE INTRA-CULTURALE E INTER-CULTURALE

Le diverse culture hanno forme e norme comunicative diverse. Questa considerazione ci chiede di approfondire la differenza tra *comunicazione intra-culturale* e *comunicazione inter-culturale*. Quando i soggetti umani condividono un

comune *background* culturale o, almeno, molti suoi importanti elementi, si dice che la loro comunicazione assume i caratteri della *comunicazione intra-culturale*; quando invece essi provengono da culture diverse si parla di *comunicazione inter-culturale*. Generalmente nell'operare la distinzione tra comunicazione intra e inter-culturale, si assume come principale termine di riferimento la *cultura nazionale*. In realtà esistono significative aggregazioni culturali sia a livello superiore che inferiore.

A un livello superiore si può fare riferimento a più ampie configurazioni di valori, credenze, modi di vita, che caratterizzano vaste aree geografiche ed una pluralità di popoli con un'eredità o una tradizione storico-culturale comune, come ad esempio quando ci si riferisce alla cultura anglosassone, slava, latina o alla "cultura mediterranea" (Cassano/Zolo 2007), fino ad allargare la prospettiva a comprendere la "cultura occidentale" distinta dalle culture "non occidentali" (Karan 2004)<sup>1</sup>. Ad un livello inferiore, le culture nazionali appaiono differenziate significativamente al loro interno, per cui anche nelle stesse nazioni vi sono gruppi etnici, linguistici, regionali diversi.

Pur non ignorando, dunque, alcuni problemi presenti dal punto di vista sociologico nel concetto di *cultura nazio-*

<sup>1</sup> Secondo Karan il concetto di "cultura occidentale" si riferisce ad un insieme di valori, credenze, forme di organizzazione sociale, che costituiscono il prodotto della cultura e della filosofia greca, della religione e della morale giudaico-cristiana, del diritto romano, dell'umanesimo e del rinascimento, della scienza moderna e dell'illuminismo, della razionalità capitalistica, che accomunano, seppure con varie differenze, una pluralità di popoli europei e nord americani e tutte le aree del mondo che nel corso dei secoli sono state influenzate in modo più diretto, profondo e continuo da questi sistemi di valori e modi di vita – attraverso la diffusione del cristianesimo, l'affermazione delle moderne ideologie politiche, il colonialismo, l'espansione del commercio e l'esportazione di tecnologie, l'influenza culturale dei vecchi e nuovi mezzi di comunicazione, la diffusione dei modelli di consumo occidentali. Resterebbero invece ancora largamente estranee alla cultura occidentale sei aree principali: la Cina, il Giappone, il sud-est asiatico, il subcontinente indiano, il medio-Oriente islamico, l'Africa sub-sahariana.

*nale*, esso non può essere abbandonato a cuor leggero poiché, anche in epoca di globalizzazione e di identità più o meno frammentate e composite, non va dimenticato che lo *stato nazionale* continua ad esercitare una fondamentale funzione nell'ambito della sfera culturale e simbolica attraverso l'azione di indirizzo e controllo sul sistema educativo e scolastico, la legislazione sui diritti degli immigrati e sul riconoscimento della loro identità culturale, la difesa e la promozione della cultura nazionale attraverso politiche e azioni di sostegno economico a determinate produzioni culturali e artistiche (dal teatro al cinema alla fiction televisiva) (Giglioli/Ravaioli 2004).

Nell'usare le categorie di comunicazione intra- e inter-culturale, che sono sempre una forma di semplificazione per ragioni analitiche, occorre tener presenti due aspetti fondamentali.

1. Innanzitutto tale distinzione non va intesa come una contrapposizione rigida, quanto piuttosto come un *continuum*, dal momento che le culture non sono entità totalmente coese e omogenee al loro interno, tanto più nell'attuale epoca della globalizzazione, ma presentano un certo grado (diverso da caso a caso) di porosità, per cui l'una riceve e offre prestiti all'altra, a diversi livelli, che poi ne diventano un tratto più o meno stabile. Naturalmente questo processo di trasmissione può essere più o meno ampio e rapido, essere oggetto di resistenze, di asimmetrie, di processi selettivi, di reinvenzioni e nuovi adattamenti (Burke 2018). Quindi nelle relazioni interculturali – anche tra culture “occidentali” e “non occidentali” – le culture di riferimento dei soggetti individuali in interazione non costituiscono dei monoliti che si oppongono totalmente in ogni loro parte e aspetto, ma presentano una pluralità di elementi caratterizzati da una maggiore similitudine o differenza, vicinanza o distanza. Da sempre, ma soprattutto nel mondo contemporaneo (Sassen 1999; Stearns 2005), le culture – attraverso gli

uomini in cui vivono e si incarnano – entrano in relazione tra loro, si intrecciano e si influenzano più di quanto non appaia, a volte anche oltre e contro le intenzioni degli stessi soggetti individuali (Giglioli/Ravaioli 2004; Donati 2008).

2. Ogni individuo ha una sua cultura individuale, che è il modo particolare e unico in cui tutte le sue diverse appartenenze e riferimenti sociali e culturali si compongono a formare una configurazione unica e distintiva di tratti cognitivi, affettivi, morali e comportamentali. Così, ad esempio, ognuno di noi parla una certa lingua nativa, appartiene ad una particolare nazione, può identificarsi in una comunità religiosa, simpatizzare per un partito politico, vivere in una determinata città, essere inserito in un particolare gruppo o ambiente di lavoro, frequentare certe associazioni, far parte di un gruppo di amici, vivere in una certa famiglia. L'identità individuale – e la percezione che ne ha il soggetto stesso o coloro che entrano in relazione con lui – nasce da e si compone di una pluralità di appartenenze e di riferimenti, più o meno coerenti tra loro, più o meno stabili e duraturi, anche se alcuni saranno soggettivamente avvertiti come più importanti e centrali di altri: ad esempio, io posso sentirmi *prima di tutto* cattolico (o musulmano o buddista), *poi* italiano o brasiliano o indiano, *poi* parigino, londinese o berlinese, *poi* militante o simpatizzante di un certo partito politico, etc. Così, se l'essere cattolico è per me un aspetto essenziale della mia identità, per me sarà più facile instaurare una relazione (anche comunicativa) con chi è cattolico, anche se è di nazionalità diversa o ha opinioni politiche diverse. Se invece per me l'appartenenza nazionale è il perno della mia identità sarà più facile comprendersi e comunicare con chi condivide la mia cultura e identità nazionale. Se invece è determinante il credo politico questo sarà l'elemento di riconoscimento essenziale, mentre gli altri avranno un ruolo secondario. Naturalmente è anche vero che un aspetto o un segmento

della mia identità globale può apparire più rilevante in un contesto o in una situazione determinata rispetto ad un'altra: se ad esempio assisto a una partita di calcio della squadra della mia città, questa appartenenza sarà *in quel momento* in primo piano per cui indosserò una sciarpa o una maglietta con i colori della mia squadra e inciterò la squadra insieme ai miei concittadini.

In termini generali la probabilità che due persone provenienti da diversi contesti socio-culturali comunichino e si comprendano risulterà tanto maggiore quanto più numerosi e rilevanti sono *gli elementi e i tratti culturali comuni* rispetto agli elementi di diversità. Tali tratti comuni agiscono non solo nel senso di costituire dei “ponti” cognitivi della comprensione, ma sostengono anche la motivazione positiva all'incontro con l'altro, l'interesse e lo sforzo necessario a “volersi intendere” (a “ricercare” un *mondo comune*) (Donati 2008, 55 ss.).

#### 4. CULTURA DEI MEDIA E INDUSTRIA CULTURALE:

##### UNA CULTURA *SUI GENERIS*

Il grande sviluppo dei media in epoca moderna ha anche favorito la nascita di una *nuova cultura*, che è stata definita di volta in volta cultura di massa (*mass culture*), cultura popolare (*popular culture*), cultura dei media (*media culture*), industria culturale (*cultural industry*), industria creativa (*creative industry*). Si tratta di una cultura *sui generis*, la quale sembra sfuggire, per alcune sue specifiche caratteristiche, alla distinzione tra comunicazione intra e inter-culturale, per cui richiede una trattazione particolare.

Le prime analisi critiche di questa cultura e dei suoi processi produttivi risalgono agli anni Trenta e si sviluppano fino agli anni Sessanta, trovando i contributi più significativi nei saggi di Max Horkheimer e Theodor W. Adorno (1947) e, più in generale, degli autori della Scuola di Francoforte, tra cui un ruolo di rilievo è ricoperto da Herbert Marcuse (1964). Ad arricchire tale analisi, so-



prattutto in riferimento ai contenuti e ai modelli narrativi, hanno contribuito alcuni intellettuali e critici letterari radicali americani (come Macdonald, Greenfield, Howe, Van Den Haag) e in Europa sociologi come Edgar Morin e Jean Baudrillard.

La cultura creata e diffusa dai media è composta innanzitutto di merci simboliche (romanzi, film, canzoni, fumetti, programmi di intrattenimento), cioè prodotti creati per essere venduti sul mercato e il cui contenuto artistico ed estetico è soggetto alle leggi dello scambio e del profitto. Fin dall'inizio, Horkheimer, Adorno e Marcuse sottolineano che tali prodotti sono creati secondo la logica della "fabbricazione industriale" per cui vi è un'omologia, una corrispondenza strutturale tra i processi di produzione e di consumo delle merci materiali e delle merci culturali e simboliche, prodotte e diffuse dai mass media. Al tempo stesso rilevano che l'evoluzione del settore della comunicazione di massa nei paesi capitalistici è simile a quella degli altri settori industriali e la concorrenza sul mercato della comunicazione tende a sfociare nella creazione di posizioni dominanti di tipo oligopolistico. La "concentrazione dello spirito" non è dunque che un aspetto ed una conseguenza della concentrazione del sistema economico (Horkheimer/Adorno 1947, tr. it. 1976, 132-133).

Proprio a causa della omologia tra i processi di produzione-consumo delle merci materiali e culturali, un secondo carattere dell'industria culturale è la ricerca del "grande pubblico" (Rosenberg/White 1957, Jacobs 1961). Agli inizi del XX secolo, le barriere delle classi sociali, delle età, del livello di educazione delimitavano le rispettive zone di cultura. Queste barriere sono state progressivamente abolite, nel senso che, sebbene siano rimaste delle significative differenze nei consumi culturali legate in particolare alle possibilità economiche e al livello di istruzione, a partire dagli anni Trenta del Novecento in modo sempre più ac-