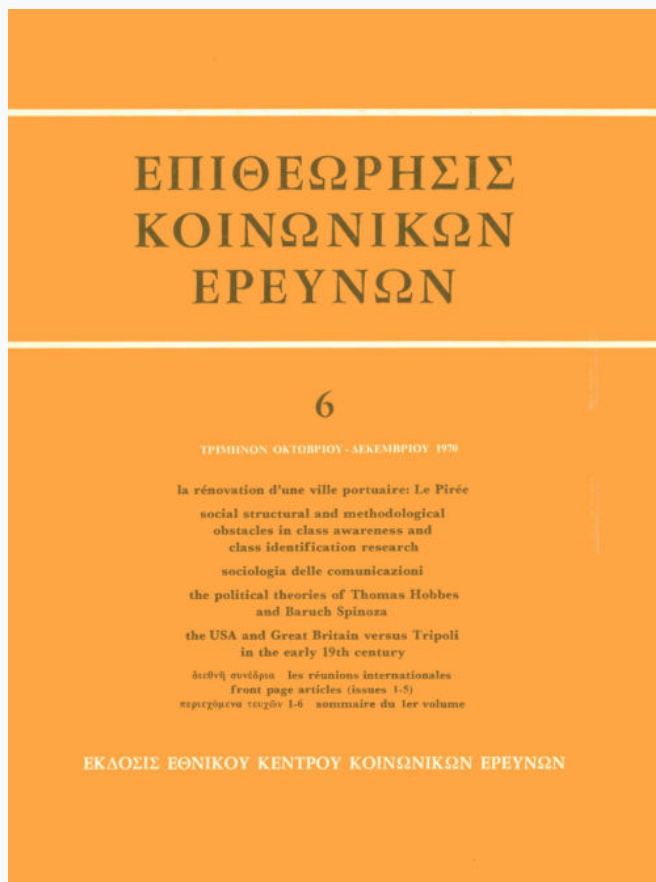


## The Greek Review of Social Research

Vol 6 (1970)

6



### Sociologia delle comunicazioni

*Michele-Taleta Poulantzas*

doi: [10.12681/grsr.362](https://doi.org/10.12681/grsr.362)

Copyright © 1970, Michele-Taleta Poulantzas



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### To cite this article:

Poulantzas, M.-T. (1970). Sociologia delle comunicazioni. *The Greek Review of Social Research*, 6, 302–303. <https://doi.org/10.12681/grsr.362>

## sociologia delle comunicazioni

di

**Michele Taletè Poulantzas**

*Professore sostituto all'Università  
Internazionale degli Studi Sociali, Roma*

‘Η Κοινωνιολογία τής ‘Επικοινωνίας μελετᾷ τήν σχέσιν μεταξύ κοινωνίας καί τής ἐπικοινωνίας ἡ ὅποια πραγματοποιεῖται ἐντός αὐτῆς. ‘Η σπουδαιότης τοῦ κλάδου τούτου τῆς ἐπιστημονικῆς ἐρεύνης ἔγκειται βασικῶς εἰς τήν σύγχρονον βιομηχανικήν πρόδον, ἡ ὅποια ἀπαιτεῖ ὅπως μία κοινωνία διαβῆτ ἐνρ κύκλωμα μέσον ἐπικοινωνίας. ‘Η Κοινωνιολογία τῆς ‘Επικοινωνίας δέν ἀρκεῖται εἰς τήν παρατήρησιν, ἀλλά ἐρευνᾷ τά αἰτία τά ὅποια προκαλοῦν ὄρισμένα ἀποτελέσματα, διατυπῶνει νόμους καί ἀνευρίσκει παραμέτρους καί σταθεράς. Εἰς τόν κλάδον τούτον ἐξετάζεται πάσης μορφῆς ἐπικοινωνία: ἡ ἐπικοινωνία μεταξύ ἀτόμων, τῶσον ἡ ἄμεσος ὅσον καί ἡ ἔμμεσος, καί ἡ ἐπικοινωνία μεταξύ ἀτόμων καί κοινωνικῶν ομάδων, δηλαδή ἡ κοινωνική ἐπικοινωνία. ‘Ακόμη, ἀναζητεῖται τό σημείον ἰσορροπίας τοῦ ἀλληλοεπηρεασμοῦ μεταξύ ὁργανώσεως κοινωνικῆς ἐπικοινωνίας (ραδιοσταθμοῦ, ἐφημερίδος) καί ἀκροατηρίῶν του, ὡς κοινωνικῆς ομάδος. ‘Ο συγγραφεὺς τοῦ παρόντος ἀρθροῦ ἔχει σπουδάσει Πολιτικῶς ‘Επιστήμης, Κινηματογράφου, Δημοσίας Σχέσεις, Διοικησίν ‘Επιχειρήσεων, Κοινωνιολογίαν καί Κοινήν Γνώμην. Τελικῶς ἀφιέρθη εἰς τήν τελευταίαν τούτων ἐμπειρικήν ἐπιστήμην, ἀσχοληθεῖς κυρίως μέ τήν ἐρευναν ἐπὶ τῆς Κοινωνιολογίας τῆς ‘Επικοινωνίας καί τῶν κοινωνικῶν ἐπιπτώσεων τῆς προπαγάνδας καί τῆς διαφήμισως.

Nel grande quadro delle specializzazioni della sociologia un posto molto importante è riservato alla sociologia delle comunicazioni.

Poiché oggi si parla spesso delle comunicazioni di massa o comunicazione sociale, bisognerebbe dire subito che essa non è caratterizzata dal mezzo usato ma dalla natura del pubblico a cui è diretta, dal tipo della comunicazione e dalla natura del comunicatore (in genere opera collettiva).

Prima di continuare bisogna dire che tra sociologia delle comunicazioni e sociologia della conoscenza, come definizione, vi è una distinzione di metodo di ricerca. Chiarito brevemente questo punto, che spesso qualche autore di studi sociologici confonde, possiamo esaminare l'oggetto della sociologia delle comunicazioni.

Se la sociologia è lo studio della società, la sociologia delle comunicazioni non può essere altro che lo studio del rapporto tra la società e il modo di formarsi nonché i contenuti delle comunicazioni. Cioè un certo tipo di società realizzerà un certo tipo di comunicazioni, sia per quello che riguarda i mezzi, sia per quanto riguarda il linguaggio, sia per quanto riguarda la fedeltà del linguaggio e dei contenuti, che rispondano alla realtà sociale dell'ambiente di cui la comunicazione stessa è espressione.

La sociologia delle comunicazioni è uno studio scientifico, ossia non è soltanto una osservazione, non è dei rilievi, ma è la ricerca delle cause che determinano certi effetti e delle leggi e delle costanti che si possono ricavare mettendo sempre a confronto gli effetti con la causa che li hanno determinati.

Se talune cause hanno determinato certi effetti, se certi effetti sono sempre collegati con talune cause, allora dobbiamo concludere che fra queste cause e quegli effetti c'è veramente un nesso costante per cui possiamo risalire ad una costante od ad una legge scientifica.

La sociologia delle comunicazioni studia il rapporto tra la società e le comunicazioni. E' cioè studio dei mezzi strumentali che una certa società, oggi, in una civiltà largamente industrializzata, non può non disporre se vuol essere considerata una società sviluppata, progressista e quindi civile.

A questo punto sorgono delle domande.—Lo sviluppo degli strumenti a cosa è legato? — Cose è che fa sì che un paese svolga la sua rete strumentale per la comunicazione sociale? — A che livello si porrà questa strumentazione? — Quando è che continuerà a svilupparsi? — Che limiti incontrerà? — Quando si fermerà? La risposta, breve e sommaria, può essere che lo sviluppo dei mezzi strumentali sia strettamente legato a situazioni economiche, a situazioni politiche, a situazioni culturali e storiche nonché tradizionali, climatiche ecc. ecc.

La ricchezza dei mezzi economici consente un maggior sviluppo dei mezzi della comunicazione sociale. Per ragioni politiche un discorso di un certo tipo può essere avviato o accelerato dalla presenza di mezzi di comunicazione.

E chi potrebbe negare la grandissima importanza dei mezzi di comunicazione per la propaganda politica o commerciale—in particolar modo quella televisiva e radiofonica?

Nel campo culturale è stato provato che anche una cattiva trasmissione televisiva è più efficiente, ai fini di una diffusione culturale, di un testo letterario di indiscusso valore.

L'UNESCO poi ha dimostrato statisticamente che il mezzo più sicuro contro l'analfabetismo è la televisione. E' ancora l'UNESCO poi che sostiene che, una volta arrivati come percentuale ad un livello quantitativo ottimale—per 100 cittadini—di 10 giornali, 5 apparecchi radio, 3 televisori e 2 posti al cinema, è necessario studiare il problema anche sotto l'aspetto qualitativo degli strumenti, vale a dire soprattutto la preparazione tecnica e teorica degli addetti a tali strumenti, altrimenti si rischia di essere sottomessi e repressi dalla forza dei mezzi.

Forse questo è il punto più importante che studia la sociologia delle comunicazioni, cioè i mezzi di comunicazione di massa, il loro carattere, la loro tematica e soprattutto il loro linguaggio e l'equivoca problematica che possono porre al medio lettore o spettatore o ascoltatore che sia.

Lo studio della forma del linguaggio o della presentazione del linguaggio—secondo il punto di vista politico o economico o propagandistico ecc.—ha un'importanza particolare.

La sociologia arriva anche a domandarsi l'efficacia persuasiva della presentazione teorica e tecnica del messaggio. La sociologia delle comunicazioni di massa in modo particolare si occupa di studiare in che modo il linguaggio dei mezzi della comunicazione rispetti o

rafforzi quelle che potremmo dire le caratteristiche della realtà sociale dell'ambiente di cui essa è espressione.

Non si parla più di forma ma di contenuto.

Un certo tipo di società ai suoi membri fa un certo tipo di discorso e questo tipo di discorso è dato da una serie di situazioni.

E, come dimostra McLung Lee nella sua «Sociologia delle comunicazioni», in realtà le comunicazioni sono suscettibili di essere rafforzate da tutta una serie di realtà del gruppo da cui esse sono emesse: per esempio il costume del gruppo, il mito del gruppo.

Se il mezzo della comunicazione sociale ha una funzione di controllo del gruppo, è chiaro che il messaggio si rifarà a questo tipo di realtà sociale cioè a queste caratteristiche del gruppo di cui essa comunicazione sociale è espressione e di cui costituisce un ulteriore rafforzamento.

Quindi si può parlare di studio della fedeltà del linguaggio della realtà sociale dell'ambiente di cui è espressione.

Partendo dal principio che tre sono i compiti fondamentali della sociologia, cioè studiare la natura e il carattere delle società umane, indagare sulla natura della interdipendenza fra struttura e funzione e scoprire le leggi di trasformazione della società, bisogna aggiungere che «comunicazione» è un processo di trasmissione di significati tra individui.

Usando alcuni strumenti intermediari—per esempio la parola o il gesto o il suono ecc.—ci si serve di simboli i quali significano delle realtà e attraverso questi simboli si intende trasmettere un'idea e non di rado, accanto ad un'idea o ad una informazione, anche un atteggiamento, un'attitudine ecc. ecc.

Questo processo per l'uomo è fondamentale e vitale. Per di più abbiamo anche la comunicazione interpersonale che è una comunicazione tra soggetti che direttamente sono in contatto, visivo o auditivo.

Di comunicazioni si potrebbe parlare per molto ma quello che interessa noi indubbiamente è la comunicazione strumentale cioè la comunicazione di massa che è «oggettiva, soggettiva, specifica, interpersonale e intenzionale».

Per finire vorrei aggiungere che non è il mezzo usato che caratterizza o determina la comunicazione, che ben altre sono le caratteristiche che specificano la comunicazione.

Facendo riferimento ad un grande studioso della sociologia della comunicazione, Wright, le caratteristiche possono essere individuate:

- 1o) dalla natura del pubblico;
- 2o) dall'esperienza comunicativa o anche dell'espressione comunicativa, cioè dal tipo di comunicazione in sé; e
- 3o) dalla natura del comunicatore cioè dalla natura del promotore della comunicazione.