

Direttore responsabile

Mario Morcellini

Comitato Scientifico

Antonio Cavicchia Scalamonti

Franca Faccioli

Giovambattista Fatelli

Renato Fontana

Valeria Giordano

Silvia Leonzi

Alberto Marinelli

Isabella Pezzini

Luciano Russi

Antonio Staffa

Coordinamento editoriale e redazionale

Rosanna Consolo

Leonardo Romei

Christian Ruggiero

Redazione

Danny Cinalli

Antonio Di Stefano

Vincenza Del Marco

Federico Jorio

Sara Massaro

Veronica Mobilio

Simone Mulargia

Stefania Parisi

Simona Rosati

Barbara Speca

Anna Totaro

Marta Trotta

Hanno collaborato a questo numero

Enrica Bolognese

Rossella Lehnus

Alessandro Lovari

Virginia Patriarca

Alessandro Porrovecchio

Chiara Ribaldo

Alessio Rotisciani

Consulenza per i testi in lingua inglese

Fabio Matassa

Elaborazione grafica

Danny Cinalli

Disegnatore

Marino D'Amore

*L'immagine di copertina è un'opera
originale di Ciriaco Campus per
Comunicazionepuntodoc*

www.comunicazionepuntodoc.it

redazione@comunicazionepuntodoc.it

Indice

Editoriale

A scuola di Dottorato

7

di Mario Morcellini

Cultura intellettuale e identità della comunicazione

11

Intervista a Tullio De Mauro

Cultura intellettuale. Impatto dei media sulla lingua. Questione democratica dell'accesso alla conoscenza.

A cura di Rosanna Consolo e Leonardo Romei

Rubrica La comunicazione timbra il cartellino

43

La società dialogica

51

Intervista a Franco Ferrarotti

Comunicazione come fondamento della società, strumento di produzione dell'identità, soluzione all'isolamento.

A cura di Virginia Patriarca e Anna Totaro

Rubrica Trame Testuali

73

**Multiprospettive: ricerca di segni e
sensi nella modernità** 79

Intervista a Gianfranco Bettetini

*Etica dei segni e della conversazione
audiovisiva. Digitalizzazione dell'universo
e mutamento dell'esperienza.*

A cura di Rosanna Consolo e Alessio Rotisciani

Rubrica Il pastone rimediato 99

**Lavoro, istituzioni e tecnologia:
categorie sociologiche
in cerca di identità** 111

Intervista a Luciano Gallino

*Consumi culturali e lavoro come
categorie sociologiche, elementi di
costruzione dell'identità,
terreno di confronto per le istituzioni.*

A cura di Simone Mulargia e Marta Trotta

Rubrica Impronte digitali 133

**Immagini sincretiche.
Interazioni e intersezioni** 139

Intervista a Paolo Fabbri

*Visivo e verbale nelle culture
contemporanee. Strategie della traduzione
e dell'ibridazione.*

A cura di Vincenza Del Marco

Rubrica **Comunicazione
oltre il confine** 163

La politica che si fa in quattro 173
Intervista a Mauro Calise

*Il livello micro e macro della personalizzazione
del leader. La comunicazione elettorale
tra territorio e Tv.*

A cura di Christian Ruggiero e Barbara Specca

Rubrica **Metafore
dell'Industria Culturale** 201

Postfazione 219
di Luigi Frudà

A scuola di Dottorato

Editoriale

di Mario Morcellini

Siamo nel tempo del passaggio dai Dottorati alle Scuole di Dottorato, ed almeno per noi questa non va interpretata solo come una circostanza o una soluzione organizzativa: deve segnare la sfida di una diversa articolazione dell'alta formazione universitaria, costituendo definitivamente il terzo ciclo dei curricula e dei titoli di studio. In questo modo, la continua citazione che ascoltiamo del *Processo di Bologna* troverebbe un ulteriore tagliando di realizzazione.

Nel caso specifico di Comunicazione, che l'istituzione-Dottorato abbia un nome coincidente con quello dell'intera Facoltà è un preciso segnale culturale e di annuncio: equivale a candidarla come struttura formativa apicale, di preparazione sia della "classe dirigente" che dei docenti del futuro, con un preciso investimento proprio sull'epigrafe. L'obiettivo di realizzare un'offerta universitaria 'a marchio forte', per la Facoltà omonima e per il Dottorato (e dunque per il Dipartimento di Sociologia e Comunicazione che lo gestisce), risiede prima di tutto nel voler formare persone e professionalità in grado di "dominare" largamente temi e sfumature della comunicazione, ancorandone i saperi ad una conoscenza critica e, allo stesso tempo, costruttiva.

Anche la rivista va in questo senso.

Comunicazione punto doc è uno spazio di riflessione scientifica, di vetrina per ricerche nuove svolte e curate dai dottorandi, un luogo in cui porre in dialogo il sapere finora sedimentato degli studi di comunicazione con quello emergente e con un “sapore” originale degli addottorandi.

Dialoghi che possono essere accostati a quelli socratici degli allievi con i maestri, camminando insieme, gli uni accanto agli altri, sulle vie dei saperi e della maturazione scientifica. Infatti, il punto più preciso in cui avviene una contiguità fra docenti e studenti – che era già segno caratteristico dell’università del passato – è, al giorno d’oggi, proprio nel Dottorato. La scelta di attribuirgli il nome della Facoltà implica, inoltre, che esso è chiamato a render conto dei suoi termini costitutivi (*scienze della comunicazione*), e a valutare meglio in qual misura l’avvio della stessa Facoltà abbia favorito una qualificazione scientifica in una direzione decisamente antidogmatica.

Le scienze sociali, non a caso definite imperfette nei secoli scorsi, danno vita ad una continua interrogazione. Tra realismo e idealismo ci muoviamo alla ricerca dei territori inesplorati, di quelli poco coperti e notiziati della ricerca scientifica ma, anche, in quelli percorsi dalla “scuola romana” di comunicazione e da chi, in questa sede, muove i propri primi passi accademici accanto a quelli di docenti e ricercatori più “vissuti” e arricchiti di esperienza. Fondando i saperi condivisi in una storia che ha ormai qualche decennio, se si pensa che l’istituzione formale dei dipartimenti e dei corsi di laurea in Scienze della Comunicazione risale a circa quindici anni fa, seguiti poi da facoltà, scuole di specializzazione, master, corsi di alta formazione, dottorati. Osservando questo territorio curriculare e di alta formazione, la sensazione vertiginosa è quella di un *exploit senza precedenti*, un fenomeno di riorientamento della domanda formativa universitaria cui anche il Dottorato tenta una risposta dando spessore ancora più alto all’istituzionalizzazione delle scienze della comunicazione.

Da una fase in cui la tendenza prevalente era quella di considerare un tale territorio di studio e di ricerca come disciplina di compromesso con gli altri saperi (una contesa disciplinare risolta, nel mondo anglosassone, con la fondazione dei Media Studies), ha ormai preso stabile e consistente forma, oltre che profili *orografici* propri, un territorio significativamente autonomo, non più strettamente tributario dei mix disciplinari preesistenti e delle loro ortodossie. Tutto ciò sembra inoltre collegato alla nascita di una comunità scientifica forte, capace di dare risposte soddisfacenti ad una serie di crisi e provocazioni delle società moderne, attraverso la creazione di una rete di conoscenze di stampo innovativo: una tradizione nuova, adattabile alle esigenze di una società in continuo movimento.

Su questo movimento si pongono i giovani che redigono la rivista, con la duttilità ma anche la curiosità proprie delle loro età, anagrafiche e scientifiche.

Non si può negare che ci siano nozioni ed abilità che è possibile acquisire soltanto attraverso la pratica; ma sarebbe risibile nella modernità ignorare l'importanza di un bagaglio di conoscenze non solo di cultura generale, ma anche di tipo più specifico che, apprese nel corso e nel tempo della formazione, si vadano poi arricchendo e rielaborando con l'esperienza. Anche, è questo il caso, con l'esperienza di ricerca che si sedimenta con l'affiancamento e la prossimità coltivate nel tempo della scuola di dottorato.

Compito fondamentale dell'Università è creare professionisti della comunicazione preparati e competenti, consapevoli della responsabilità del proprio ruolo e degli effetti sociali del proprio agire; contemporaneamente, essa è chiamata a definire una *comunità deontologica* che aggiorni flessibilmente la mappa dei propri fini. L'istituzione che da sempre riesce a conciliare la sua vocazione universalistica ed assiologica con l'apertura verso il nuovo e l'innovatività, rintraccia nel Dottorato un percorso di alto livello, nella consapevolezza che al mondo della formazione e della ricerca è oggi affidata una convinta accelerazione nella modernizzazione culturale del paese.

Con questa rivista i giovani dottorandi e addottorati accanto ai ricercatori e ai docenti di più lungo corso si pongono di fianco, e in rete, a tale progettualità cogliendo, e allo stesso tempo seminando, spunti di costruttiva modernizzazione e di proficua ricerca aperta ad ogni dialogo. E così, se i corsi di comunicazione hanno l'indubbio merito di aver in qualche modo anticipato i tempi, mettendo in scena un cartello formativo in cui saperi tradizionali e innovativi sono stati l'uno il controcanto dell'altro, il tempo del Dottorato si candida come quello in cui gli studenti – maturato e assimilato un tale stile di attenzione e di studio verso le dinamiche della modernità – si muovono nei tempi dell'oggi. Interpretandone le strategie, intuendo le tendenze, rintracciando le impronte di ciò che, sedimentandosi, diventa fonte di comportamenti culturali.

Al di là della progettazione di questo strumento scientifico, di cui mi riservo la titolarità, per il resto la rivista è interamente lasciata agli studenti del Dottorato: nella scrittura, nella realizzazione, nel suo allestimento grafico ed editoriale. A loro la parola scritta, ovviamente anche qui ripristinando la continuità con i seniores.

La rivista è uno strumento di conoscenza. Lo è davvero, non solo nelle dichiarazioni caratteristiche di un primo editoriale. E dunque, l'invito a partecipare è a tutti i dottorandi e gli addottorati nelle aree di comunicazione e scienze sociali che desiderino condividere il progetto *in fieri*. Per sua natura, e per scelta, esso non si considera chiuso. Dipenderà da tutti voi aprirlo a suggestioni, contributi, idee, sinergie collaborative.