

Lorenzo Cantoni  
Nicoletta Di Blas

Comunicazione  
Teoria e pratiche

**APGEO**

# Indice

Come nasce questo libro <i>Paolo Paolini</i>	XIII
La comunicazione e le sue scienze <i>Eddo Rigotti</i>	XXI
Prefazione	XXVII
Parte I	
Segno, lingua e testo	1
Capitolo 1	
Elementi di semiotica	3
1.1 Segni in cui viviamo	4
1.1.1 Definizione di semiotica	4
1.2 La natura del segno	5
1.2.1 Segno e relazione	5
1.2.2 Da ciò che è manifesto a ciò che è nascosto	6
1.3 Gli elementi del segno	7
1.3.1 Le due facce del segno	7
1.3.2 L'arbitrarietà del segno linguistico	9
1.3.3 Il triangolo semiotico	11
1.3.4 Molti modi per significare un solo oggetto	12
1.4 Come classificare i segni?	13
1.4.1 Simboli, icone, indici	14
1.4.2 Colui che "fa segno"	15
1.4.3 Colui al quale si "fa segno"	16
1.4.4 Il segno e l'universo del discorso	17
1.5 Gli elementi della comunicazione	18
1.5.1 Mittente, destinatario, oggetti e fatti	18
1.5.2 Il modello di Roman Jakobson	19
1.5.3 La comunicazione come informazione	22

1.6	Il codice	23
1.6.1	Termini e regole	23
1.6.2	Un esempio semplice (ma non troppo): il semaforo	25
1.6.2	Sintassi, semantica e pragmatica	27

## Capitolo 2

	La lingua	31
2.1	Il linguaggio umano	32
2.1.1	Confronto con la comunicazione animale: il caso delle api	32
2.1.2	Pensiero e linguaggio	34
2.1.3	Libertà, esperienza e creatività	35
2.1.4	Il cambio linguistico	37
2.2	Le lingue umane	38
2.2.1	Definizione di lingua	39
2.2.2	Conoscere e apprendere le lingue	40
2.2.3	Le grammatiche	42
2.2.4	La lingua madre	42
2.2.5	Il dialetto	43
2.3	Elementi per l'analisi linguistica	43
2.3.1	Sincronia e diacronia	43
2.3.2	Livello, sintagma, paradigma	44
2.4	Il codice linguistico	47
2.4.1	Tipi e repliche	48
2.5	Le strutture del linguaggio	49
2.5.1	I fonemi, "mattoni" della lingua	50
2.5.2	Lessico	51
2.5.3	Morfologia	52
2.5.4	Sintassi	53
2.5.5	L'ordine delle parole	54
2.5.6	Intonazione	55
2.5.7	Endolinguisticità delle strutture linguistiche	56

## Capitolo 3

	Il testo	61
3.1	L'apparato formale dell'enunciazione	62
3.1.1	La deissi	62
3.1.2	Gli enunciati esecutivi	66
3.2	Il testo, luogo del senso	68
3.2.1	Requisiti di testualità	69
3.2.2	Processi di testualizzazione	73
3.2.3	Tema e rema	76
3.2.4	Testo e habit change	78
3.3	Il "non detto" nella comunicazione	79
3.3.1	Condiviso, presupposto, implicato	80
3.3.2	Sillogismo retorico o entimema	81

## Parte II

## Storia della comunicazione 85

## Capitolo 4

## Oralità e scrittura 87

- 4.1 I wild children e l'origine del linguaggio 88
  - 4.1.1 Victor dell'Aveyron 89
  - 4.1.2 Le bambine allevate dai lupi 90
- 4.2 L'oralità primaria 91
  - 4.2.1 Il potere della parola 92
  - 4.2.2 Il ruolo della memoria 94
- 4.3 L'avvento della scrittura 95
  - 4.3.1 Pittogrammi e ideogrammi 96
  - 4.3.2 L'alfabeto 98
  - 4.3.3 Dall'orecchio all'occhio 100
  - 4.3.4 Il materiale scrittorio 101
- 4.4 Due mondi a confronto 104
  - 4.4.1 Il Fedro platonico e la scrittura 106
  - 4.4.2 La retorica, arte del parlare 108

## Capitolo 5

## Stampa e mass media 111

- 5.1 La rivoluzione della stampa 112
  - 5.1.1 La prima "merce uniforme e ripetibile" 112
  - 5.1.2 Come la stampa ha cambiato la cultura 113
- 5.2 La comunicazione di massa 115
  - 5.2.1 Tappe principali dello sviluppo dei mezzi di comunicazione 115
  - 5.2.2 Il rapporto mittente-destinatario 117
- 5.3 La referenzialità dei mezzi di comunicazione 119
  - 5.3.1 La televisione-verità 119
  - 5.3.2 Il "filtro" del reale 121
  - 5.3.3 Il mezzo condiziona il mondo 122
  - 5.3.4 Verosimile e fiction 124
- 5.4 Gli effetti sociali dei media 125
  - 5.4.1 Gli effetti immediati 125
  - 5.4.2 La teoria dell'ago ipodermico 126
  - 5.4.3 Gli effetti a lungo termine 127
  - 5.4.4 La spirale del silenzio 128
  - 5.4.5 La dipendenza dai media 129
  - 5.4.6 La teoria della coltivazione 130
  - 5.4.7 L'agenda setting 131
  - 5.4.8 Verso la "cultura" elettronica 132
  - 5.4.9 Una macchina totalmente spirituale 133
  - 5.4.10 Un'oralità secondaria? 134

Capitolo 6	
Nuovi media e diffusione dell'innovazione	137
6.1 Le teorie della diffusione	140
6.1.1 I timori di fronte a un'innovazione	141
6.1.2 Diverse tipologie di potenziali adottatori	142
6.1.3 Gli attributi percepiti	143
6.1.4 Altri elementi rilevanti per la diffusione di un'innovazione	145
6.1.5 Il tempo dell'adozione	147
6.1.6 Approcci diversi di fronte alle innovazioni tecnologiche	149
6.1.7 Comunicazione e diffusione delle innovazioni	151
6.2 I principi della "mediamorfosi"	151
6.2.1 La coevoluzione	152
6.2.2 La convergenza	153
6.2.3 La complessità	154
6.3 Elementi per una tassonomia	155
6.3.1 La tensione fra medium e messaggio	157
Parte III	
Alcune pratiche comunicative	161
Capitolo 7	
La comunicazione elettronica	163
7.1 Il testo elettronico	163
7.2 Iper testi e ipermedia	165
7.2.1 Ipotesi e lingue	166
7.2.2 Lettore e autore	167
7.3 La comunicazione su internet	168
7.3.1 Le competenze necessarie	168
7.3.2 Organizzazioni e internet	169
7.4 Il sito web come comunicazione	171
7.4.1 Un insieme di contenuti e di funzionalità	172
7.4.2 Un insieme di strumenti tecnici che rendono accessibili contenuti e funzionalità	178
7.4.3 Un insieme di persone che producono, aggiornano e promuovono il sito	180
7.4.4 Un insieme di persone che vi accedono	181
7.4.5 La promozione	185
7.4.6 Il mercato di riferimento e la gerarchia delle fonti	190
Capitolo 8	
Parlare in pubblico	195
8.1 Preparare l'intervento	195
8.1.1 Il reflective working	196

8.1.2	Referenza	198
8.1.3	Autorevolezza	199
8.2	Costruire l'intervento: suggerimenti dalla retorica classica	200
8.2.1	Esercizi per l'inventio	203
8.2.2	Esercizi per la dispositio	204
8.2.3	Esercizi per l'elocutio	207
8.2.4	Esercizi per l'actio	207
8.2.5	Il controllo epitetuale o "monitor"	208
8.3	Comunicazione e tentativi di manipolazione	209
8.3.1	Le massime della conversazione	209
8.3.2	L'arte di dare a intendere	210
8.3.3	Dieci regole per creare informazione tendenziosa	213
8.4	Qualche parola sul silenzio	215
Capitolo 9		
La comunicazione interna e formativa		219
9.1	Comunicazione e/c formazione	219
9.1.1	Alcune dinamiche della formazione	222
9.1.2	Punti di vista	223
9.1.3	Approcci, metodi e tecniche	224
9.1.4	Percezione di sé e apprendimento/insegnamento	225
9.1.5	Verifica e valutazione	228
9.1.6	Test e scale	230
9.1.7	La valutazione dell'attività formativa	231
9.2	Comunicazione interna (di natura identitaria)	233
9.2.1	I miti	234
9.2.2	I riti	235
9.2.3	I modelli	236
9.2.4	Il rapporto con la formazione	237
9.3	Tecnologie e formazione	237
9.3.1	Qualche cenno di storia	238
9.3.2	Il caso dell'eLearning	239
9.3.3	Parametri di riferimento	239
9.3.4	eLearning: ragioni, costi e organizzazione	246
Bibliografia		253
Indice dei nomi		271
Indice analitico		275