

I PARADIGMI DELLA COMUNICAZIONE

- È il quadro di riferimento dal punto di vista teorico che orienta e dà senso alla ricerca scientifica
- È una cornice all'interno della quale lo scienziato individua i problemi e i metodi che in una certa fase del cammino scientifico sono riconosciuti come validi e legittimi
- Determinano modi, problemi e modelli di soluzione accettati da una comunità scientifica

DUE DIFFERENTI PROPOSTE TEORICHE:

- Approccio scientifico, parlando del concetto di trasporto delle informazioni
- Approccio coinvolgente, processo umanistico che comporta dei mutamenti

JAMES CAREY: studioso di teorie e analista dei media, diede una definizione di comunicazione legata ad una visione trasmissiva legata ad una dimensione rituale che dà ampio spazio alla partecipazione e alla condivisione come fattori di aumentare la compattezza sociale.

Il paradigma informazionale ha subito un processo di usura rispetto al paradigma relazionale, nasce alla fine degli anni 40 e negli anni 50 sembra assumere il controllo degli studi sulla comunicazione, superando l'approccio scientifico e umanistico. Successivamente il paradigma informazionale ha visto un periodo di forte declino a causa dello stretto rapporto con il mondo delle macchine e della scienza che rendeva il paradigma insufficiente all'analisi della comunicazione. Il paradigma relazionale, essendo più attento all'analisi del contesto umano della comunicazione, non sempre ha avuto a disposizione gli strumenti adatti per analizzarli o misurarli con esattezza.

PARADIGMA INFORMATZIONALE: ha il compito specifico di diffondere informazioni e trasmetterne un proprio significato.

PARADIGMA RELAZIONALE: studia il potere della comunicazione nei suoi processi di agglomerazione esaminando i processi di socializzazione e integrazione.

Morcellini e Fatelli individuano 4 aspetti fondamentali per distinguere i 2 paradigmi:

1. Modalità comunicativa che definisce il paradigma stesso
2. Modi di connessione che legano la mente, i segni e le esperienze
3. Ruolo del soggetto all'interno della comunicazione
4. Contesto del messaggio. Si fa riferimento alle pratiche comunicative utilizzate per trasmettere un messaggio

Per comprendere meglio la differenza tra i 2 paradigmi è importante fare una distinzione tra senso e significato.

SENSO: riferimento alla comprensione generale del pensiero o dell'esperienza e ha un carattere ampio che si declina nei significati.

SIGNIFICATO: carattere linguistico, cioè è valido all'interno di una data lingua e in riferimento ad un particolare oggetto.

Il paradigma informazionale è orientato alla comunicazione come studio dei mezzi tecnici per la trasmissione di significati particolari e di comportamenti legati a quei messaggi. ES: ANALISI DEL CONTENUTO.

Il paradigma relazionale legge la comunicazione come processo attraverso cui diamo un senso intersoggettivo all'esperienza sociale e alle nostre stesse azioni. ES: ANALISI DEL DISCORSO.

MOVIMENTO: si sofferma principalmente al processo trasmissivo di un atto comunicativo, dando importanza al processo comunicativo e alle tecnologie adoperate.

MUTAMENTO: si sofferma alle conseguenze del processo comunicativo e sulle trasformazioni indotte da mittente e destinatario.

TEORIA DELLA PROPAGANDA DI BERNAYS: si sofferma principalmente sul concetto di propaganda, definendola un valore positivo in quanto educa le masse e favorisce l'integrazione sociale.

Il paradigma informazionale da risalto alle teorie scientifiche e tecniche che coinvolgono la comunicazione, soffermandosi principalmente sull'analisi dei contenuti di un dato messaggio, tralasciando l'aspetto sociale. Il paradigma relazionale si sofferma sul valore effettivo della comunicazione, soffermandosi sui mutamenti che coinvolgono la società e sulle conseguenze generate dai messaggi. Viene influenzato dalla filosofia fenomenologica che consiste in un superamento della distinzione tra fenomeno e noumeno, inoltre la comunicazione viene vista come un fenomeno umano e sociale.

Il codice è un sistema di segni che possono rinviare a uno o più significati e che serve a comunicare con i nostri simili, richiedendo cioè un continuo gioco di interpretazioni. Il significato non è dato una volta e per tutte, ma dipende dall'interazione tra un testo e il suo ricettore entro un determinato contesto comunicativo, conseguendo la possibilità di diverse interpretazioni di significato.

Nel paradigma relazionale la modalità comunicativa è il dialogo, flusso comunicativo bidirezionale. Nel paradigma informazionale la modalità comunicativa è il monologo, flusso comunicativo unidirezionale e direttivo. Nel paradigma informazionale bisogna prestare attenzione al senso del messaggio da comunicare e il mezzo che veicola il messaggio, mentre in quello relazionale emittente e destinatario mettono in relazione i segni con le loro esperienze.