

HOMO COMMUNICANS

Comunicazione come caratteristica distintiva dell'essere umano: l'uomo è per definizione un animale che comunica, ed è l'unico animale in grado di produrre e utilizzare sistemi di simboli.

La comunicazione non è solo una facoltà esclusiva, ma un concetto cruciale per spiegare l'evoluzione delle facoltà dell'individuo e della struttura sociale.

Gli autori punteggiano la loro analisi con numerosi riferimenti all'immaginario sociale contemporaneo e ai prodotti dell'industria culturale. L'obiettivo è quello di mostrare l'azione della comunicazione sulla cultura contemporanea, usando temi e linguaggi del romanzo, del cinema, della radio e della letteratura sui media.

All'interno del libro vengono definite le 3 H della comunicazione: HABITAT, HABITUS ed HEIMAT

HABITAT: viene visto e concepito come l'insieme delle condizioni ambientali che caratterizzano la vita e consentono la sopravvivenza della specie. È l'insieme di spazio geografico, dimensione meteorologica, storica e delle specie animali e vegetali.

HABITUS: è un rapporto bidirezionale tra un soggetto e la collettività a cui appartiene. Questo concetto viene ripreso dal sociologo Bourdieu e tende a ridefinire i rapporti tra individui e società che stabiliscono un rapporto circolare in cui le reciproche proprietà non sono né totalmente innate né completamente acquisite. Questo ambito può essere largamente ricondotto ai processi di socializzazione, ossia un processo che orienta le possibilità di scelta e azione dell'individuo.

Le slide fanno riferimento all'ambito della moda che è dettata dal gusto personale degli individui. La scelta dell'abbigliamento può essere legata ad una serie di fattori come la disponibilità economica, la volontà di seguire una moda, l'educazione ricevuta ed il bisogno di aggregazione e socializzazione (**CONCETTO DI INFLUENZA IN PSICOLOGIA**).

Vengono fatti gli esempi di musica ed arte e contestualmente viene citato Mozart, la cui musica viene influenzata dai canoni in cui vive però allo stesso tempo tende a creare una nuova sensibilità artistica destinata negli anni successivi a venire.

Quando parliamo del concetto di HABITUS non possiamo sottovalutare la grande crescita dei mass media e della moltiplicazione delle forme di scambio che delineano nuovi rapporti tra individuo e società.

HEIMAT: è un vocabolo tedesco che non trova una corrispondenza precisa nella lingua italiana ma ha una duplice interpretazione.

- **PICCOLA PATRIA o PATRIA D'ORIGINE:** spazio fisico e simbolico in cui l'individuo affonda le proprie radici e sperimenta i legami più prossimi. (**LEGAME ANTROPOLOGICO E BIOLOGICO**)
- **SECONDA PATRIA o PATRIA ELETTIVA:** luogo reale e simbolico in cui l'individuo decide liberamente di appartenere attraverso una nuova colonizzazione dell'esperienza. (**SCelta AUTONOMA DELL'INDIVIDUO A PARTIRE DALLE NECESSITA' E DESIDERI**)

Il significato di HEIMAT deriva da un film che ripercorre la storia di una famiglia immaginaria di origini tedesche nel periodo che va dal 1919 ad oggi. I due film si concentrano rispettivamente sul ritorno alla patria d'origine e sull'abbandono della terra natia.

La comunicazione come HEIMAT si fonda sulle scelte autonome degli individui ed è interconnessa alle condizioni sociali, tecnologiche ed economiche della realtà in cui si sviluppa.

Le slide fanno riferimento alla televisione e ai social network come Facebook.

#comunicazionecomebisogno: la comunicazione viene concepita come un bisogno fondamentale della nostra vita. È un bisogno naturale insito nella nostra natura prima ancora che evolvesse culturalmente e tecnologicamente. Qualsiasi nostro comportamento può essere interpretato dall'esterno come portatore di significato.

#comunicazionecometecnica: viene citato lo scontro di Umberto Eco tra apocalittici ed integrati, viene sottolineato l'aspetto tecnologico nei processi di comunicazione che prevede una trasformazione degli equilibri sociali, economici, culturali e politici. Vengono messe in evidenza le tre ere della comunicazione che fanno comprendere l'evoluzione tecnologica della comunicazione e delle sue forme (LINGUAGGIO, SCRITTURA E ELETTRICITA')

#comunicazionecomeinformazione: viene sottolineata l'importante differenza tra i due principali paradigmi della comunicazione ossia quello relazionale e informazionale. Il primo tende a sottolineare il dialogo tra gli individui, il mutamento della comunicazione. Viene visto come un processo a senso unico di comunicazione. Il secondo paradigma viene visto come un processo di condivisione ed interpretazione del significato. Vengono considerati le teorie scientifiche ed umanistiche. Se prima l'informazione veniva vista come un mezzo a disposizione delle classi élite della società, con l'avvento dei nuovi mezzi di comunicazione le informazioni giungono anche a tutti i membri della società.

#comunicazionecomerelazione: viene sottolineata l'importanza delle relazioni tra individui. Inoltre viene studiata l'evoluzione delle relazioni tra individui dal punto di vista tecnologico

#comunicazionecomecultura: la cultura è uno strumento fondamentale nelle comunicazioni tra individui in quanto ci consente di venire a conoscenza di nuovi saperi ma soprattutto le nostre conoscenze personali possono essere fondamentali nei processi comunicativi

#comunicazionecomepotere: possiamo collegarci al modello ipodermico dei modelli di comunicazione che fa ampio riferimento alla comunicazione di massa e della capacità manipolativa delle informazioni da parte dei mass media. Viene sottolineato l'effetto delle notizie emesse dai mass media nei confronti della popolazione.