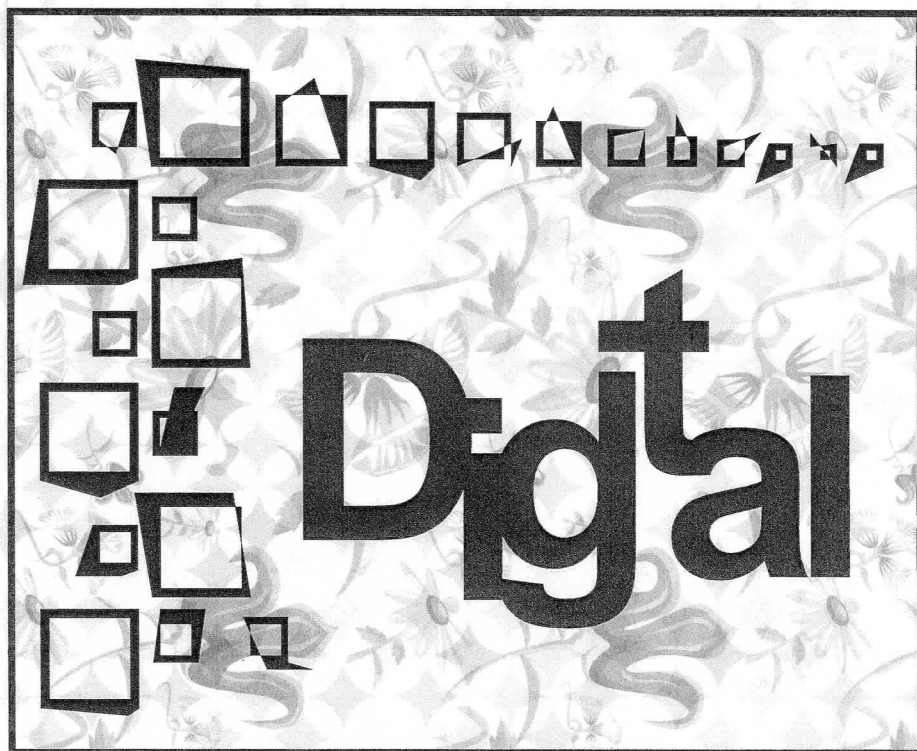


Дигитализација
културне
и научне баштине



Београд, 2012



Овај зборник је настао у оквиру пројекта бр. 178029 Министарства просвете, науке
и технолошког развоја Србије, *Књижевство, теорија и историја књижевности*
на српском језику до 1915.

This Proceedings is created under the project no. 178 029 Ministry of Education,
Science and Technological Development of the Republic of Serbia, *Knjizenstvo, theory*
and history of women's literature in Serbian language until 1915.

**DIGITALISATION OF CULTURAL AND SCIENTIFIC HERITAGE,
UNIVERSITY REPOSITORIES AND DISTANCE LEARNING**

**ДИГИТАЛИЗАЦИЈА КУЛТУРНЕ И НАУЧНЕ БАШТИНЕ,
УНИВЕРЗИТЕТСКИ РЕПОЗИТОРИЈУМИ И УЧЕЊЕ НА ДАЉИНУ**

Thematic Edition of Collected Works in 4 Volumes:

Тематски зборник у 4 књиге:

- Vol. 1: Digitalisation of Cultural and Scientific Heritage
- Vol. 2: Digital Libraries, Digital Repositories, Digital Presentations
- Vol. 3: Digital Sources in Social Studies and Humanities
- Vol. 4: Distance Learning and Interactive Teaching

- Књ. 1: Дигитализација културне и научне баштине
- Књ. 2: Дигиталне библиотеке, дигитални репозиторијуми,
дигиталне презентације
- Књ. 3: Дигитални извори у друштвено-хуманистичким
истраживањима
- Књ. 4: Учење на даљину и интерактивна настава

Edited by:

Prof. Aleksandra Vraneš, PhD
Prof. Lijana Marković, PhD
Prof. Gwen Alexander, PhD

Уредници:

проф. др Александра Вранеш
проф. др Љиљана Марковић
проф. др Гвен Александер

Endorsed by:

Prof. Alexander Dimchev, PhD
Prof. Andrew J. Smith, PhD
Prof. Aleksandar Jerkov, PhD
Prof. Danijela Kostadinović, PhD
Prof. N. James Birx, PhD

Рецензенти:

проф. др Александар Димчев
проф. др Ендрју Џ. Смит
проф. др Александар Јерков
проф. др Данијела Костадиновић
проф. др Х. Џејмс Биркс

COUNCIL

Academician Dimitrije Stefanović
Academician Časlav Očić
Prof. Brancko Kovačević, PhD
Prof. D Marina Remņjova, PhD
Prof. Gwen Alexander, PhD
Prof. Alexander Dimchev, PhD
Arch. Dragomir Asović
Prof. Jovan Delić, PhD
Prof. Miodrag Popović, PhD
Prof. Aleksandar Jovanović, PhD
Stela Filipi Matuđinović, PhD
Trivo Inđić, MA
Miro Vuksanović
Jelena Trivan, MA
Prof. Aleksandra Vraneš, PhD

BOARD

Prof. Lijana Marković, PhD
Prof. Jelica Protić, PhD
Prof. Veljko Milutinović, PhD
Prof. Dalbor Soldatić, PhD
Prof. Dušan Ivanić, PhD
Prof. Jelena Novaković, PhD
Prof. Boško Nikolić, PhD
Prof. Svetlana Krstev, PhD
Prof. Julijana Vučo, PhD
Prof. Andrew J. Smith, PhD
Prof. Roger Brisson, PhD
Prof. Ranko Popović, PhD
Prof. Nenad Jovanović, PhD
Vukosava Dara Ivetić, MA
Jasmina Mitrović Marić, MA
Gordana Đoković, MA
Dragana Grujić, MA
Marko Grubačić, MA
Tamara Vučenović, MA

НАУЧНИ САВЕТ

академик Димитрије Стефановић
академик Часлав Оцић
проф. др Бранко Ковачевић
проф. др Марина Ремњова
проф. др Гвен Александер
проф. др Александар Димчев
арх. Драгомир Ацовић
проф. др Јован Делић
проф. др Миодраг Поповић
проф. др Александар Јовановић
др Стела Филипи Матуђиновић
др Триво Инђић
Миро Вуксановић
МА Јелена Триван
проф. др Александра Вранеш

УРЕЂИВАЧКИ ОДБОР

проф. др Љиљана Марковић
проф. др Јелица Протић
проф. др Велјко Милутиновић
проф. др Далбор Солдатић
проф. др Душан Иванић
проф. др Јелена Новаковић
проф. др Бошко Николић
проф. др Цветана Крстев
проф. др Јулијана Вучо
проф. др Ендрју Џ. Смит
проф. др Роџер Брисон
проф. др Ранко Поповић
проф. др Ненад Јовановић
др Вукосава Ђала Иветић
МА Јасмина Митровић Марић
МА Гордана Ђоковић
МА Драгана Грујић
МА Марко Грубачић
МА Тамара Вученовић

Vol. 1:

**DIGITALISATION
OF CULTURAL AND SCIENTIFIC HERITAGE**

Књ. 1:

**ДИГИТАЛИЗАЦИЈА
КУЛТУРНЕ И НАУЧНЕ БАШТИНЕ**

Edited by:

Prof. Aleksandra Vraneš, PhD
Prof. Ljiljana Marković, PhD
Prof. Gwen Alexander, PhD

Уредници:

проф. др Александра Вранеш
проф. др Љиљана Марковић
проф. др Гвен Александер

Lejla Kodrić Zaimović ACADEMIC AND SCIENTIFIC HERITAGE ONLINE: EXAMPLE OF DOCTORAL DISSERTATIONS DIGITAL REPOSITORY OF THE BOSNIAK INSTITUTE – FOUNDATION OF ADIL ZULFIKARPAŠIĆ IN SARAJEVO.....	351
Dukić Predrag, Vesna Vuksan, Milan Vasiljević DIGITISATION COURSES ONLINE: FROM VERY CONCEPT TO FIRST OBJECT DIGITIZED.....	354
Sasha Djordjević GREEK DIGITAL COLLECTIONS AND MODERN GREEK STUDIES.....	362
Zorica Prijat INTERNET PRESENTATIONS OF SERBIAN MONASTERIES AND THEIR USE IN AN ESP COURSE AT THE TOURISM DEPARTMENT OF THE FACULTY OF GEOGRAPHY IN BELGRADE.....	379
Gordana Đoković DIGITIZATION OF THE ANCIENT SERBIAN CYRILLIC MANUSCRIPTS AND ENGRAVINGS	395
Dragana Grujić DIGITIZATION OF SERIAL PUBLICATIONS FROM THE 19th AND EARLY 20th CENTURY.....	404
Olja Arsenjević, Goran Bulatović, Ljiljana Lj. Bulatović AN IDEA OF NATIONAL PROJECT OF ARTS AND CULTURE ON THE INTERNET.....	426
Ana Golubović ANNUAL BIBLIOGRAPHY IN JOURNAL JUŽNOSLOVENSKI FILOLOG AS A FOUNDATION FOR LINGUISTIC BIBLIOGRAPHY DATA BASE.....	440
Rauf Ahmed Shams Malick, Murad Ali, Muhammad Yousof, Saad Riaz Ahmed A CULTURAL & HERITAGE ANALYSIS BASED TEXT MINING FRAMEWORK.....	442
Milan Miljković, Biljana Andonovska, Stanislava Barać DIGITALIZATION OF (LITERARY) PERIODICALS AND PERIODICAL RESEARCH METHODOLOGY.....	462
Evgenija Stefanova Rusinova EFFECTIVE AND INEFFECTIVE APPROACHES TO THE DIGITIZATION OF CULTURAL HERITAGE (LESSONS FROM THE BULGARIAN EXPERIENCE).....	472
Danaila Iliyanova Velichkova ELECTRONIC NEWSPAPERS AS AN OPPORTUNITY FOR PRESERVATION OF THE CULTURAL HERITAGE: THE BULGARIAN EXPERIENCE.....	485
Salković Avdija AHMED GURBI'S "DIVAN" - A LITERARY PEARL AND A PRIMARY HISTORICAL SOURCE.....	503
Ivana Kovačević CENTER FOR DIGITIZATION OF YUGOSLAV FILM ARCHIVE	521
Roberto Veraldi LA CULTURA COME PERCORSO PER IL RICONOSCIMENTO DELL'IDENTITÀ.....	523

Lejla Kodrić Zaimović ZNANSTVENA BAŠTINA ONLINE: NA PRIMJERU DIGITALNOG REPOZITORIJA DOKTORSKIH DISERTACIJA VOŠNJAČKOG INSTITUTA – FONDACIJE ADILA ZULFIKARPAŠIĆ U SARAJEVU.....	337
Dukić Predrag, Vesna Vuksan, Milan Vasiljević ONLAIN KURSEVI DIGITALIZACIJE: OD KONCEPTA DO PRVOG DIGITALIZOVANOG OBJEKTA.....	353
Saša Đorđević GRČKE DIGITALNE KOLEKCIJE I NEOHELENISTIKA.....	355
Zorica Prijat PREZENTACIJE SRPSKIH MANASTIRA NA INTERNETU I NIJHOVA UPOTREBA U NASTAVI ENGLJSKOG JEZIKA NA SMERU TURIZMOLOGIJE GEOGRAFSKOG FAKULTETA U BEOGRADU.....	363
Gordana Đoković DIGITALIZACIJA NAJZNAČAJNIJIH STARIH SRPSKIH TIPRIJSKIH RUKOPISA I GRAVIRA	381
Dragana Grujić ДИГИТАЛІЗАЦІЯ СЕРІЙСКИХ ПУБЛІКАЦІЯ ІЗ ХІХ І ПРВЕ ПОЛОВИНЕ ХХ ВЕКА.....	397
Olja Arsenjević, Goran Bulatović, Ljiljana Lj. Bulatović IDEJA RAZVOJA NACIONALNOG PROJEKTA UMETNOSTI I KULTURE NA INTERNET MREŽI	405
Ana Golubović ТЕКУЋА БІБЛІОГРАФІЯ У ЧАСОПИСИ УЖНОСЛОВЕНСКИ ФІЛОЛОГ КАО ОСНОВА ЗАЛІНГВІСТИЧКУ БІБЛІОГРАФСКУ БАЗУ ПОДАТАКА.....	429
Rauf Ahmed Shams Malick, Murad Ali, Muhammad Yousof, Saad Riaz Ahmed OKVIR ZA RUDARSKE RADOVE U TEKSTU ZASNOVAN NA ANALIZI KULTURE I NASLEDA.....	441
Milan Miljković, Biljana Andonovska, Stanislava Barać DIGITALIZACIJA (KNIŽEVNE) PERIODIKE I METODOLOGIJA NIENOG PROUČAVANJA.....	443
Evgenija Stefanova Rusinova USPEŠNI I NEUSPEŠNI PRISTUPI DIGITALIZACIJI KULTURNOG NASLEDA (LEKCIJE ZASNOVANE NA BUGARSKOM ISKUSTVU).....	465
Danaila Iliyanova Velichkova ELEKTRONSKE NOVINE KAO MOGUĆNOST ZA OČUVANJE KULTURNOG NASLEDA: ISKUSTVA IZ BUGARSKE.....	473
Salković Avdija "DIVAN" AHMEDA GURBIJA - KNIŽEVNI BISER I PRIMARNI ISTORIJSKI IZVOR.....	487
Ivana Kovačević CENTAR ZA DIGITALIZACIJU JUGOSLOVENSKE KINOTEKE	504
Roberto Veraldi LA CULTURA COME PERCORSO PER IL RICONOSCIMENTO DELL'IDENTITÀ.....	523

Roberto Veraldi

Università degli Studi

“Gabriele d’Annunzio” di Chieti-Pescara

УДК 316.32 : 316.72/.75

LA CULTURA COME PERCORSO PER IL RICONOSCIMENTO DELL’IDENTITÀ

Abstract

Vorrei concentrarmi su alcuni concetti che gravitano intorno al tema proposto, anzi sottendono fortemente ad esso:

il concetto di Cultura; il Capitale sociale/sviluppo locale; lo sviluppo territoriale; la comunicazione.

Il percorso che si vuole seguire, mira a porre l’attenzione sull’identità di un territorio (con tutte le sue sfaccettature), quale *mix* di varie azioni coscienti dell’attore razionale che servono per descriverne l’identità culturale. Tutto ciò, richiama altri elementi utili ai fini di un dibattito più globale e che, in parte, toccherò nel corso di questo *percorso*. Tutto porterà alla definizione di società come espressione di relazioni strutturate sulla base di una cultura comune e, quindi, di una identità condivisa.

Il termine *cultura* sottintende alla produzione culturale quale opera complessa, una creazione collettiva di un prodotto sociale. Tale convinzione trae le sue origini già da Emile Durkheim.

Esiste un certo grado di consenso nel concepire la cultura come tutto ciò che deve la sua creazione all’azione cosciente e tendenzialmente libera dell’uomo quale *bene* immateriale e materiale che è proprio dei membri di una determinata collettività ed è costituito da valori, norme, definizioni, linguaggi, simboli, segni, modelli di comportamento, oggetti materiali.

Già da questa prima definizione si intuisce come il concetto stesso di cultura, nella sua accezione più vasta di *caratteri culturali*, sono alla

base della cooperazione e della comunicazione e costituiscono l'ambito comune di vita in cui gli individui esplicano le loro azioni e interazioni sociali.

Ed è proprio l'individuo, quale depositario, innovatore e creatore delle nostre *espressioni materiali e immateriali* che accumula questa sorta di patrimonio, che noi chiameremo capitale sociale, che ne caratterizza la società di riferimento. Infatti, dal punto di vista dell'individuo, il capitale sociale può essere inteso come l'insieme delle risorse relazionali dirette (relazioni che il soggetto ha con gli altri) e indirette (relazioni dirette degli individui cui il soggetto è legato) che consentono all'attore sociale di raggiungere più facilmente i propri obiettivi. Un individuo sarà dotato di capitale sociale nella misura in cui sarà ampio e fitto il reticolo di relazioni in cui è inserito. Secondo Roberto Cartocci, il volume di capitale sociale posseduto da un particolare agente dipende dall'ampiezza dei legami che egli può efficacemente mobilitare e dal volume di capitale (economico, culturale, simbolico) detenuto da ciascun individuo a cui egli è legato. Il capitale sociale individuale è quindi solo una parte del capitale collettivo, il quale deriva semplicemente dalla somma di tutte le relazioni in rete che intrattiene l'individuo. Il modo in cui queste relazioni vengono usate, sarà determinante per stabilire se e come si genererà il capitale sociale. Una cosa importante da tenere in considerazione è che non tutte le relazioni sociali costituiscono un'opportunità, bensì un vincolo per l'attore, quando assumono valenza negativa. Si produrrà capitale sociale solo quando i legami detenuti dal singolo porteranno al raggiungimento dei suoi obiettivi. La Banca Mondiale propone una visione collettiva di capitale sociale. Esso è considerato come l'insieme delle norme e delle relazioni radicate nella struttura sociale di un gruppo che rende possibile agli individui coordinare la propria azione per raggiungere obiettivi desiderati.¹ Il gruppo percepisce i benefici del capitale sociale quindi, in questo caso, è una risorsa collettiva.

Tale risorsa collettiva, nel nostro caso intesa nel suo senso lato, costituisce quella particolare espressione culturale, distinta anche in cultura sostitutiva – quegli elementi culturali che possono nel tempo

¹ The World Bank, *The initiative on defining, monitoring and measuring social capital: overview and program description*, 1998.

diventare obsoleti ed essere sostituiti da elementi nuovi che li superano in efficacia, utilità o valore - e cultura non sostitutiva quando ad esempio ci si riferisce a elementi culturali che non subiscono processi di invecchiamento in quanto non possono essere messi in disuso - , che è portatrice di una rinascita territoriale che passa attraverso un nuovo senso di identità e appartenenza mirante a valorizzarne le risorse (culturali immateriali e materiali). Questo processo, qui appena accennato, è conosciuto come sviluppo locale che è uno sviluppo che coinvolge tutti gli attori sociali presenti. Infatti lo sviluppo locale come percorso di valorizzazione e promozione del territorio coinvolge molteplici attori sociali perché, quando si chiama in causa il concetto di identità territoriale ci si deve soffermare in particolar modo, sul ruolo che alcuni attori svolgono all'interno della comunità; mi sto riferendo ai cittadini e alle istituzioni in relazione tra di loro. Se si vuole avviare un processo di rivalutazione di un territorio bisogna partire dal basso, facendo leva sul principio di prossimità, ovvero della maggior vicinanza tra istituzioni e cittadini, dall'ambito locale fino al centro del paese e alla sede delle sue istituzioni. Avvicinandosi al territorio si riconoscono i diritti del cittadino connessi alla sfera territoriale e si riconoscono i valori che si attribuiscono al luogo. Per identità s'intende anche riconoscimento come identificazione del cittadino nei valori, nelle radici culturali, nella tradizione, nello stile di vita di un territorio. Il tentativo è quello di mettere in evidenza gli elementi che accomunano tutti i residenti in un luogo perché, tali elementi possono diventare fattori di condivisione e creare senso di appartenenza, oltre che un valido strumento di governo e di sviluppo della realtà locale. Cresce il valore che si attribuisce al territorio che diviene il luogo di appartenenza perché ricco di valori etnici, culturali e sociali. Queste identità non rimangono isolate, s'intersecano con quelle di altri fino a formare reti sociali tra cittadini. In questo processo, grande influenza è esercitata dall'ampliamento dei confini e dalla globalizzazione dei rapporti economici e sociali; la dimensione locale è posta all'attenzione dei soggetti istituzionali che devono indicare strategie di sviluppo e lasciare che i cittadini siano liberi di scegliere e con maggiore coinvolgimento e interesse le politiche di cambiamento. Secondo Rullani nel processo di costruzione di un territorio si producono due effetti: uno di de-costruzione e uno di ri-costruzione.

Il primo avviene sotto la spinta della competitività, che porta l'ordine territoriale pre-esistente, ereditato dalla storia e coerente con la cultura locale, a essere rinnovato con idee, uomini o moduli della produzione provenienti dall'esterno. Il secondo effetto rende un luogo capace di produrre valore vendibile nel mercato globale e di attrarre fattori, processi produttivi e interessi da altri luoghi, arricchendolo con elementi originali, risorse specifiche (servizi, infrastrutture, conoscenze contestuali), identità e abilità distinte. Bisogna precisare che, la de-costruzione di un territorio avviene in maniera sistematica ma la ri-costruzione delle identità locali non è sempre possibile per la mancanza di condivisione di un progetto. Non è sempre positivo avere una forte identità e storia culturale del luogo perché questa identità può costituire un ostacolo al rinnovamento. Quando questo accade il luogo si avvia verso una lenta decadenza poiché non ha preso forma il nuovo. L'obiettivo degli attori sociali che vogliono salvare la loro individualità è di rigenerare l'identità competitiva attraverso l'innovazione, evidenziando i suoi punti di forza e cosa potrebbe costituire futura fonte di vantaggio competitivo. Questa realtà territoriale si legittima con la comunicazione.

La comunicazione e la partecipazione come strumenti di crescita territoriale e di riconoscimento sociale.

La comunicazione, considerata il miglior strumento di raccordo tra le istituzioni e i cittadini, favorisce una fase di dialogo e relazione che conduce alla partecipazione sociale, civica e culturale nel paese. L'esistenza di efficaci canali di comunicazione e informazione all'interno di un territorio e verso l'esterno rappresenta un fattore decisivo per lo sviluppo locale. La partecipazione, inoltre, assume un ruolo centrale nei processi di formulazione, implementazione, realizzazione e valutazione delle politiche di sviluppo locali e territoriali. Quando parliamo di partecipazione, facciamo riferimento a una relazione veramente attiva tra cittadini e istituzioni. "È la possibilità concreta di prendere parte alle scelte e alle decisioni che riguardano momenti collettivi della vita di una

comunità (decisioni politiche ma anche amministrative) a livello locale, nazionale e transnazionale".²

Ultimo riferimento, lo voglio fare nel sottolineare come la comunicazione (sempre in senso lato), rappresenti il "meglio" della azione sociale.

Quello che qui voglio evidenziare, nella brevità espositiva, è che esiste un iter comunicativo che caratterizza il processo sociale dell'uomo per eccellenza: l'agire comunicativo. La comunicazione è un processo di scambio di informazioni tra due o più soggetti fisici che avviene intorno ad un oggetto e in un determinato contesto.³

Come afferma Luciano Gallino, il quale affronta lo studio del concetto della "comunicazione", graduando e ordinando dal generale allo specifico, verso progressive restrizioni di campo, si può ottenere il seguente quadro riassuntivo:

- Trasferimento di risorse: si ha comunicazione tutte le volte che "una proprietà, una risorsa, uno stato viene trasmesso da un soggetto ad un altro". In questa generica definizione si includono una moltitudine di eventi sia fisici che sociali, dove è possibile scambiare sia risorse materiali e non. Soprattutto possiamo intendere (come è stato inteso fino alla società industriale) il trasferimento di merci e persone attraverso le vie e i mezzi di comunicazione, vedi strade, ferrovie, automobili e autostrade. Il concetto stesso di spostamento e viaggio è comunicazione. (Vedi Mattelart, 1994)⁴.
- Influenza: rappresenta l'approccio comportamentalista che associa la comunicazione alla reazione stimolo/risposta di qualsiasi essere vivente, senza distinzioni tra società animali o umane. Ogni comportamento che ne condiziona un altro,

2 P. MALIZIA, *Una costruzione comune. Note su logiche e forme della partecipazione nel territorio*, Aracne Editrice, Roma, 2008, p. 9.

3 Cfr. *Communication as social action*, by Roberto Veraldi and Maura Romano, in "Journal of Commodity Science, Technology and Quality" on September 15, 2007. Editor Prof. Mario Giacco, UdA, it will be printed on Volume 46 Issue I-IV, 2007;

4 (Cfr. A. Mattelart, *La comunicazione mondo*, Il Saggiatore, Milano, 1994)

- prescindendo dalla sua intenzionalità, compresi quelli puramente reattivi e inconsapevoli, è una forma di comunicazione;
- Scambio di valori sociali: questo fa rientrare la comunicazione nell'ambito esclusivo della società umana secondo le regole determinate all'interno della specifica società. I segni, gli scambi, il linguaggio stesso fanno riferimento a strutture mentali che li controllano. Il significato si pone su un piano antropologico.
- Trasferimento di informazioni: la comunicazione è passaggio da un emittente ad un ricevente di un messaggio strutturato attraverso vari canali di comunicazione. In questo caso si trasferisce qualcosa di immateriale e non oggetto fisico (chi trasferisce non se ne priva). Il trasferimento di informazione implica l'esistenza di un codice (linguaggio comune) che consente di codificare e decodificare il messaggio o testo che viene trasmesso. Nella società post-moderna l'informazione è un bene altrettanto importante della merce (società dell'informazione).
- Condivisione dei medesimi significati: si delimita la comunicazione alle condizioni necessarie per fare in modo che due o più individui si riconoscano nello scambio di segnali, otteniamo un ulteriore passaggio oltremodo selettivo, anche se in realtà risulta possibile comunicare anche in presenza di una minima condivisione del significato, come l'appartenenza ad un gruppo dove le motivazioni sono solo occasionali o pretestuose.
- Unità sociale: la maggiore restrizione semantica si ottiene considerando la comunicazione come condizione "dell'avere in comune elementi di comportamento o modi di vita, grazie all'esistenza di insiemi di regole", "unità sociale a partire da individui singoli mediante l'uso di un linguaggio e di segni". In questo caso si escluderebbe ogni situazione in cui due o più persone si scambiano idee, allacciano conversazioni, esprimendo opinioni del tutto opposte.

Appare del tutto evidente, alla luce anche delle riletture di Paul Watzlawick, Gregory Baetson, Don D.Jackson teorici della scuola

relazionale, come la vita sociale si costituisce e si riproduce attraverso processi comunicativi⁵.

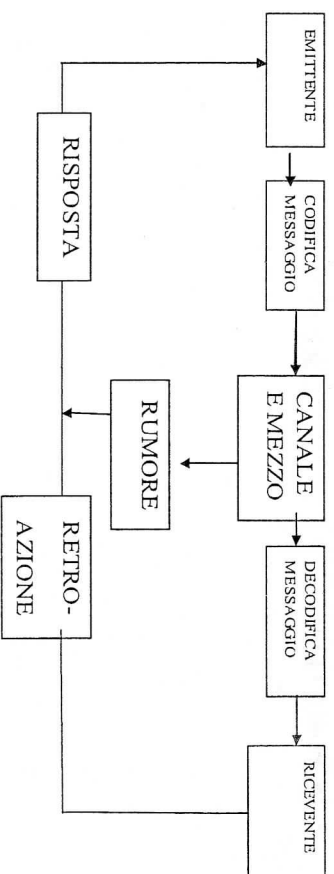
In breve, secondo gli autori della scuola relazionale:

- NON SI PUO' NON COMUNICARE
- OGNI COMUNICAZIONE HA UN ASPETTO DI CONTENUTO UNO DI RELAZIONE
- LA NATURA DI UNA RELAZIONE DIPENDE DALLA PUNTEGGIATURA DELLA SEQUENZA DELLA COMUNICAZIONE TRA I COMUNICANTI
- GLI ESSERI UMANI COMUNICANO SIA CON IL MODULO NUMERICO CHE CON QUELLO ANALOGICO Con la prima modalità (numerica) si stabilisce un rapporto arbitrario tra nome e "cosa" nominata (convenzione semantica); la seconda (analogica) ha le sue radici in periodi arcaici dell'evoluzione e la sua validità è più generale del modulo numerico della comunicazione verbale, relativamente recente e più astratto
- TUTTI GLI SCAMBI DI COMUNICAZIONE SONO SIMMETRICI O COMPLEMENTARI, SECONDO CHE SIANO FONDATI SULL'UGUAGLIANZA O SULLA DIFFERENZA

Analizzeremo ai fini del nostro ragionamento, come già affermato in apertura, quella parte del processo comunicativo relativo alla *azione comunicativa*.

Prenderò spunto, in questo tentativo, dalle pagine di Pierfranco Malizia (Cfr. Malizia, 2006) sui vari aspetti del *comunicare* partendo proprio dall'iter della comunicazione.

Il modello classico della comunicazione prevede, in sintesi:⁶



Fonte: P. Malizia, 2006

I singoli elementi vengono così spiegati:

1. il soggetto che emette un messaggio ad uno o più soggetti, è la fonte o emittente;
2. il processo che traduce in forma simbolica il contenuto della comunicazione, è la codifica;
3. l'insieme dei simboli che l'emittente trasmette, è il messaggio;
4. il percorso che il messaggio compie (in tutto o in parte), è il canale;
5. l'elemento di sostegno che permette il viaggio, è il mezzo;
6. ciò che permette la comprensione dei segnali, è la decodifica;
7. chi riceve è, appunto, il ricevente;
8. il feed-back è l'insieme di reazioni che si dà dopo aver ricevuto il messaggio;
9. ciò che segue al feed-back, è la risposta;
10. ciò che disturba il processo di comunicazione, provocandone una eventuale distorsione, è il rumore.

Se prendiamo per buona questa affermazione, come effettivamente è, sarà anche più facile affermare, come osserva Watzlawick⁶ (riportato sempre da Malizia), che:

1. *non si può non comunicare*, cioè, la comunicazione rappresenta qualcosa di imprescindibile e di assolutamente necessario, la comunicazione diventa lo specchio del comportamento sociale. Meglio; ogni comportamento sociale è un processo comunicativo;
2. *ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto ed una relazione, di modo che il secondo classifica il primo*; in pratica come si comunica va a qualificare cosa si comunica, anche il contenuto, in linea teorica, dovrebbe sempre prevalere la relazione;
3. *la natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione fra i comunicanti*; se vogliamo, i giusti significati ai messaggi, si devono cogliere tutti gli aspetti sequenziali;
4. *tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici complementari, a seconda che siano basati sull'uguaglianza o sulla differenza*; cioè, come si posizionano i due comunicanti;
5. *comunicazione digitale e analogica*; dove "il linguaggio virtuale ha una sintassi logica complessa ed efficace, ma una semantica debole nella relazione, viceversa il linguaggio non virtuale presenta una semantica forte ed una sintassi debole nella definizione di relazione"⁷.

Giustamente osserva Malizia che questi enunciati hanno conseguenze alcune *particolarità* che possono sfociare in una *confusione* "il messaggio nel quale si approva [...] ciò che l'altro ha detto di sé o di un argomento; [...] nel quale si nega ciò che l'altro ha detto di sé o di un argomento; [...] nel quale non si presta considerazione a ciò che l'altro ha detto di sé o di un argomento"⁸.

Non entro nel merito, anche per non spostare troppo l'attenzione. Mi limiterò, ora, ad accennare alla teoria di Habermas (la *Teoria dell'*

6

Cfr. P. Malizia, *Comunicazione e contesti sociali dell'agire comunicativo*, Angeli, 2006, pag. 26

7

P. Malizia, op. cit., pag. 26

communicativo), che ci permetterà meglio di comprendere tutto il percorso logico che ho cercato di esporre.

L'autore tedesco afferma, *in nuce*, che la comunicazione è una forma di interazione tra soggetti i quali si relazionano proprio grazie al processo comunicativo attraverso un mezzo dato, il linguaggio, che ne rappresenta il sistema condiviso che può portare al successo o all'intesa tra i soggetti stessi.

È, pertanto, una scelta razionale, "una azione razionale orientante implicitamente alla comprensione fra gli attori che si esplica nell'iter del processo di comunicazione"⁹.

Habermas¹⁰, mette bene in evidenza come l'azione sociale (comunicazionale) sia dotata di senso, un senso comprensibile e comprendente: comprensibile in quanto viene condiviso dai soggetti interagenti in un medesimo contesto storico-sociale; comprendente, perché, appunto include la comunità non solo di riferimento ma anche tutti coloro che potrebbero farne parte.

L'agire comunicativo, diventa allora lo strumento che fa *societas*, che permette di permeare il processo sociale di quella forza e di quella sostanza che danno un "peso" al *comportamento verbale*. In ultima istanza, ciò che permette di codificare anche i comportamenti sociali; nonché, l'essenza stessa del vivere sociale, la modalità attraverso la quale si instaurano, si definiscono e si sviluppano i rapporti interpersonali e si afferma il sé nel mondo¹¹.

Conclusioni

Data la natura del *rapporto comunicativo* (o del processo di comunicazione), la comunicazione non può essere soltanto una pura trasmissione di significati tra due o più soggetti. Non soltanto trasmissione di cultura in senso ristretto; nell'istante in cui si comunica qualcosa, si suggerisce un tipo di relazione, una particolare interazione: è la vita

9 *Op. cit.*, pag. 46

10 J. Habermas, *Teoria dell'agire comunicativo*, Il Mulino, Bologna, 1987. Cfr. anche R. Veraldi, *Sociologia: dai classici alla modernità*, FrancoAngeli, Milano, 2008.

11 *Op. cit.*, pag. 15

sociale stessa, la Cultura in senso lato, che si costituisce e si riprodi attraverso i processi comunicativi¹².

Pertanto, il contesto culturale in cui gli individui svolgono la relazione sociale, influenza il loro comportamento ma ciò non significherebbe che essi siano privati dell'individualità e del libero arbitrio.

Se in passato il senso di identità veniva determinato prevalentemente dall'appartenenza a vasti raggruppamenti sociali come la classe e la nazione, oggi essa è molto più sfaccettata e meno stabile: i processi di industrializzazione, urbanizzazione, superamento delle società tradizionali a causa della globalizzazione hanno indebolito o l'impatto di regole convenzioni ereditate. Uno degli effetti è stato quello di svincolare persone, divenute più mobili sia geograficamente che socialmente, da comunità coese e relativamente omogenee del passato. Questo ha fatto sì che il senso dell'identità fosse maggiormente determinato da altre fonti di significato, così come ho cercato di evidenziare nel corso del mio ragionamento.

Per queste motivazioni, anche se qui brevemente accennato il voler dare una giusta enfasi a tutte quelle forme di coesione sociale prima fra tutte il linguaggio, e dare anche attraverso l'agire comunicativo (ripetendo Jürgen Habermas così come interpretato) una connotazione all'azione sociale dotata di senso che, alla luce delle trasformazioni sociali in atto, rappresenta quel magma sempre vivo e quella malta che mantengono insieme, il senso di un popolo e di una tradizione, la voglia di comunità che il mondo moderno quasi ci costringe a trovare a noi stessi e che noi creiamo e ricreiamo in continuazione attraverso quei meccanismi di produzione culturale che rappresentano un patrimonio condiviso di beni locali e globali.

12

V. Cesareo, *Sociologia. Concetti e tematiche*, Vita e Pensiero, Milano, 1999.

Bibliografia minima di riferimento

- R. Cartocci, *Mappe del tesoro. Atlante del capitale sociale*, Il Mulino, Bologna, 2007.
- V. Cesareo, *Sociologia. Concetti e tematiche*, Vita e Pensiero, Milano, 1999.
- A. Giddens, *Fondamenti di sociologia*, Il Mulino, Bologna, 2006
- J. Habermas, *Teoria dell'agire comunicativo*, Il Mulino, Bologna, 1987.
- P. Malizia, *Comunic-A-Zioni. Strutture e contesti sociali dell'agire comunicativo*, FrancoAngeli, Milano, 2006.
- A. Mattelart, *La comunicazione mondo*, Il Saggiatore, Milano, 1994.
- R. Veraldi (and Maura Romano), *Communication as social action*, in "Journal of Commodity Science, Technology and Quality" on September 15, 2007. Editor M. Giaccio, Ud'A, printed on Volume 46 Issue I-IV, 2007
- R. Veraldi, *Sociologia: dai classici alla modernità*, FrancoAngeli, Milano, 2008
- P. Watzlavick (et al.), *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma, 1971.

Roberto Veraldi

Università degli Studi

"Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara

LA CULTURA COME PERCORSO

PER IL RICONOSCIMENTO DELL'IDENTITÀ

Abstract

Vorrei concentrarmi su alcuni concetti che gravitano intorno al te proposto, anzi sottolineo fortemente ad esso:

il concetto di Cultura; il Capitale sociale/sviluppo locale; lo sviluppo territoriale; la comunicazione.

Il percorso che si vuole seguire, mira a porre l'attenzione sull'identità un territorio (con tutte le sue sfaccettature), quale *mix* di varie azioni coscienze dell'attore razionale che servono per descriverne l'identità culturale. Tutto ciò richiama altri elementi utili ai fini di un dibattito più globale e che, in parte toccherò nel corso di questo *percorso*. Tutto porterà alla definizione di *socie* come espressione di relazioni strutturate sulla base di una cultura comune quindi, di una identità condivisa.

**DIGITALISATION OF CULTURAL AND SCIENTIFIC HERITAGE,
UNIVERSITY REPOSITORIES AND DISTANCE LEARNING
Vol. 1: Digitalisation of Cultural and Scientific Heritage**

Thematic Edition of Collected Works in 4 Volumes:

- Vol. 1: Digitalisation of Cultural and Scientific Heritage
Vol. 2: Digital Libraries, Digital Repositories, Digital Presentations
Vol. 3: Digital Sources in Social Studies and Humanities
Vol. 4: Distance Learning and Interactive Teaching

Edited by

Prof. Aleksandra Vraneš, PhD
Prof. Ljiljana Marković, PhD
Prof. Gwen Alexander, PhD

Endorsed by:

Prof. Alexander Dimchev, PhD
Prof. Andrew J. Smith, PhD
Prof. Aleksandar Jerkov, PhD
Prof. Danijela Kostadinović, PhD
Prof. H. James Birx, PhD

Associates

Zorica Ivković Savić
Nada Soldatić
Jelena Tanasković

Translated by

Svetlana Milivojević Petrović, MA
Prof. Novica Petrović, PhD

Publisher

Faculty of Philology University of Belgrade
Emporia State University, Kansas
National Library of Serbia

For Publishers

Prof. Aleksandra Vraneš, PhD
Prof. Gwen Alexander, PhD
Dejan Ristić

Design

Ratko Vraneš
Dušan Ristić

Prepress & Print
BELPAK, Beograd

Thematic Edition ISBN: 978-86-6153-105-7
Vol. 1. ISBN: 978-86-6153-106-4

Copy
500

**ДИГИТАЛИЗАЦИЈА КУЛТУРНЕ И НАУЧНЕ БАШТИНЕ,
УНИВЕРЗИТЕТСКИ РЕПОЗИТОРИЈУМИ И УЧЕЊЕ НА ДАЉИНУ
Књ. 1: Дигитализација културне и научне баштине**

Тематски зборник у 4 књиге:

- Књ. 1: Дигитализација културне и научне баштине
Књ. 2: Дигиталне библиотеке, дигитални репозиторијуми, дигиталне презентације
Књ. 3: Дигитални извори у друштвено-хуманистичким истраживањима
Књ. 4: Учење на даљину и интерактивна настава

Уредници

проф. др Александра Вранеш
проф. др Љилјана Марковић
проф. др Гвен Александер

Рецензенти:

проф. др Александар Димчев
проф. др Ендру Џ. Смит
проф. др Александар Јерков
проф. др Данијела Костадиновић
проф. др Х. Џејмс Биркс

Сарадници

Зорица Ивковић Савић
Нађа Солдатић
Јелена Танасковић

Превода

МА Светлана Миливојевић Петровић
проф. др Новица Петровић

Издавач

Филолошки факултет Универзитета у Београду
Универзитет Емпорија, Канзас
Народна библиотека Србије

За издаваче

проф. др Александра Вранеш
проф. др Гвен Александер
Дејан Ристић

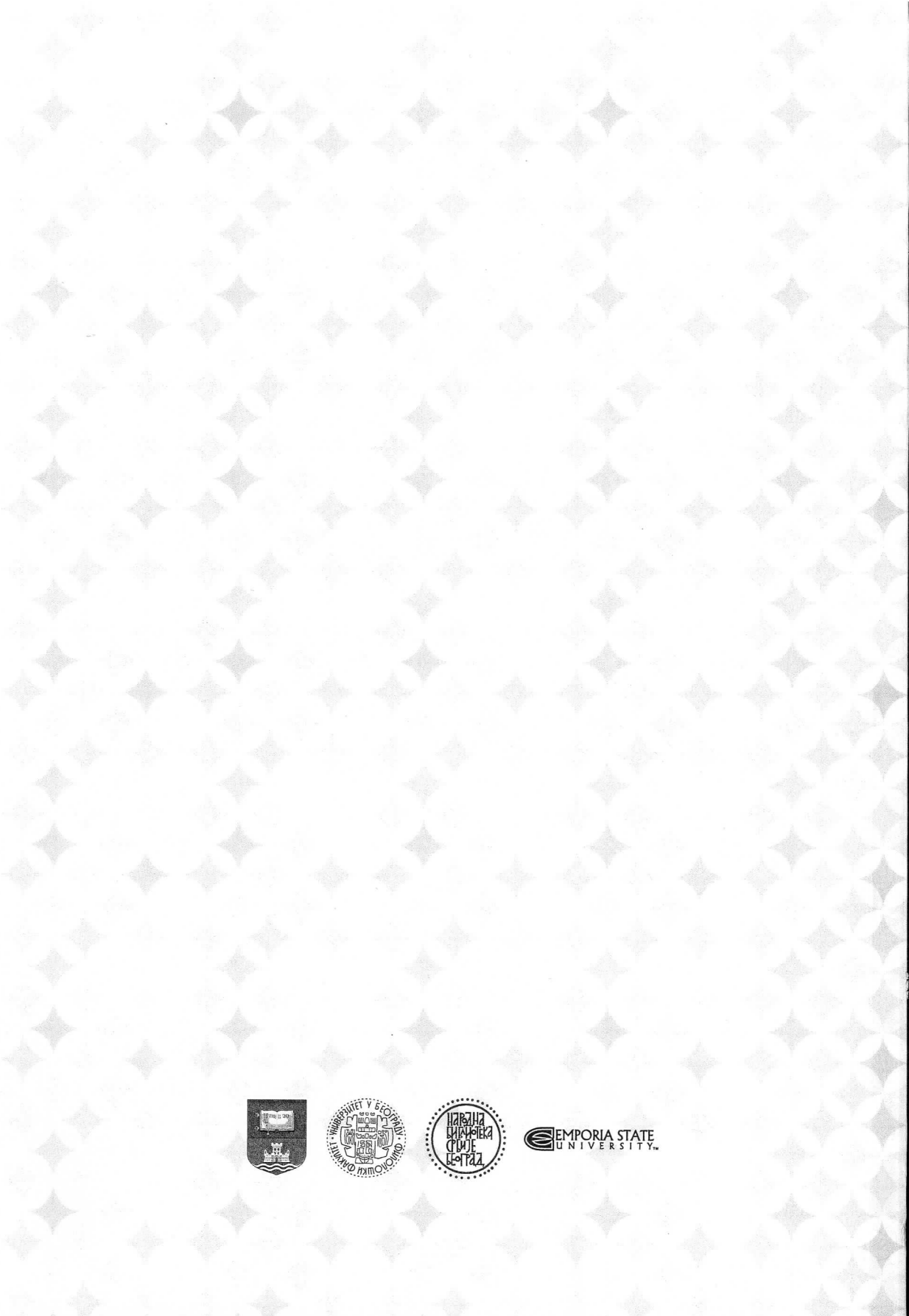
Корице

Ратко Вранеш
Душан Ристић

Припрема и штампа
БЕЛПАК, Београд

Целина ISBN: 978-86-6153-105-7
Књ. 1. ISBN: 978-86-6153-106-4

Тираж
500



EMPORIA STATE UNIVERSITY