

Aurelio Rizzacasa

SEMANTICA DELLA COMUNICAZIONE*

Il problema della comunicazione emerge oggi in primo piano nella cultura, ma di solito dà spazio a riflessioni di ordine tecnico relative alla sua facilitazione o ai meccanismi che impediscono o distorcono l'efficace trasmissione del messaggio. Tuttavia, è giunto il momento di favorire una presa di coscienza filosofico-conoscitiva e filosofico-valoriale dei problemi che la comunicazione stessa comporta.

In questo quadro indefinito, complesso e politico si inserisce il lavoro di P. Trupia che, utilizzando gli apporti di molteplici indirizzi della filosofia contemporanea, compie il tentativo di chiarificare il fenomeno della comunicazione per individuarne le sue dinamiche e, soprattutto, per dar luogo ad un modello di razionalità capace di realizzarne l'interpretazione. Così, l'analisi linguistica, l'ermeneutica, la logica formale, la semantica e la fenomenologia divengono gli strumenti privilegiati per la comprensione adeguata del fenomeno in esame.

L'itinerario di approfondimento dell'analisi muove dal rilievo in base al quale il punto centrale è la comunicazione non come fatto né come atto bensì come esperienza comunicativa che coinvolge locutore e locutario. Ciò comporta che tale esperienza può essere oggetto formale di una teoria epistemologicamente elaborata in uno specifico modello di razionalità.

* P. TRUPIA, *Semantica della comunicazione. Produrre significati nell'arte, nelle teorie scientifiche, nella formazione aziendale*, Edizioni Unicopli, Milano 1992, p. 292.

In questa prospettiva, il problema centrale consiste nel superamento del modello cognitivo a favore di un modello interpretativo, per cui è evidente il passaggio dalla verità al significato. La particolarità della questione consiste specificamente nel fatto che questo modello presenta i caratteri dell'interdisciplinarietà che coinvolge le scienze umane e la filosofia. È evidente che nella direzione indicata si instaura l'esigenza di una semantica dell'esperienza comunicativa. Per tale studio la logica, la retorica, la linguistica e le discipline filosofiche costituiscono gli apporti specifici per l'analisi delle componenti strutturali del modello.

La particolarità di questo lavoro non appare soltanto dall'analisi accurata del fenomeno studiato, ma, soprattutto, dai rilievi critici che permettono di inquadrare il fenomeno stesso in una visione culturale più ampia. Ciò è dato senz'altro dall'osservazione in base alla quale, da un punto di vista filosofico, il neopositivismo, le filosofie analitiche, l'ermeneutica e la fenomenologia permettono di configurare le categorie teoriche alla luce delle quali si può realizzare la comprensione dell'esperienza comunicativa. Quanto detto comporta l'elaborazione di un tentativo di unificazione delle diverse vie analitiche di valutazione del fenomeno comunicativo; il che, per l'autore del volume di cui ci stiamo occupando, consiste in un'approssimazione sempre più adeguata alla teoria del testo. Questa conseguenza, infatti, per un esperto delle scienze della comunicazione, quale è appunto P. Trupia, comporta uno spostamento dell'indagine sul piano della filosofia ermeneutica per cui possiamo dire che, in particolare, la comunicazione configura un testo suscettibile di interpretazione e ciò si può verificare nel passaggio dall'ermeneutica tradizionale alla nuova ermeneutica, la prima riferita ad Aristotele, F.D.E. Schleiermacher e W. Dilthey, la seconda invece a M. Heidegger, H.G. Gadamer, P. Ricoeur e E. Betti. Tuttavia, la particolarità dell'indagine di cui ci stiamo occupando emerge in modo puntuale dal fatto che per il duplice problema della percezione comunicativa, o, meglio, del vissuto e dell'importanza del mondo della vita, il metodo fenomenologico husserliano fornisce degli apporti insostituibili per la descrizione della situazione e per l'individuazione delle essenze sulle quali si fonda, appunto, il fenomeno comunicativo.

L'indagine compiuta nella triplice direzione della logica, della retorica e della filosofia relativamente al problema della comunicazione esige il suo completamento nella verifica degli schemi teorici in una effettiva indagine di ordine operativo. Ciò viene appunto compiuto dal nostro autore attraverso l'esame del nucleo emergente nelle produzioni estetiche. Così, a titolo di esempio paradigmatico, la creatività, nei diversi aspetti che la caratterizzano,

costituisce il terreno in cui gli apporti interpretativi delle diverse ipotesi filosofiche permettono di compiere degli originali passi per una corretta interpretazione del fenomeno studiato in tutta la sua globale complessità.

Di fatto, l'indagine sulla comunicazione comprende una serie molteplice di aspetti, di temi e di itinerari diversificati che potrebbe rendere difficile per il lettore l'elaborazione di una visione unitaria del fenomeno. Per evitare questo pericolo ricordiamo lo schema degli argomenti affrontati nell'ordine di successione che l'autore stesso enuncia nella sua opera. Il punto di partenza è dato da «Lo stato dell'arte» per giungere alla elaborazione de «Il modello», da collocare ovviamente nell'«Universo semantico», per elaborare poi il riferimento specifico al rapporto tra «Mondo e linguaggio» da cui emergono «Le strutture semantiche profonde» in un quadro che non può escludere «Le condizioni di produzione del discorso». Di qui trae la sua importanza la relazione tra «L'ermeneutica e la comunicazione» in un approfondimento nel quale l'impianto filosofico si focalizza su «La comunicazione e la fenomenologia della cosa» da cui conseguono senz'altro «Le applicazioni del metodo fenomenologico», per concludere infine il discorso a quell'approfondimento della creatività artistica a cui abbiamo fatto riferimento in precedenza.

Il volume, ben documentato e corredato di una bibliografia essenziale, si avventura in un'analisi interessante ed originale del fenomeno della comunicazione che risulta peraltro utile per una presa di coscienza delle implicazioni culturali del fenomeno stesso da cui possono trarre vantaggio i lettori, filosofi e non, che intendono avvicinarsi al mondo della comunicazione, liberi da preoccupazioni puramente tecnologiche.