

I media simbolici del privato sociale (capitolo 4)



**NEL PRESENTE CAPITOLO SI INTENDONO
SOSTENERE LE RAGIONI DELLA TEORIA
RELAZIONALE, METTENDO IN LUCE COME
UNA LETTURA NON DICOTOMICA DEL
SOCIALE PERMETTA DI COGLIERE MEGLIO
ALCUNE DELLE CARATTERISTICHE
SPECIFICHE DEL TERZO SETTORE E DI
COLLOCARLO NELL'AMBITO DI UNA
PROSPETTIVA RELAZIONALE DELLA
DIFFERENZIAZIONE SOCIALE.**

La teoria di Parsons (1969)



Il primo sociologo a parlare in modo organico di mezzi simbolici è stato T. Parsons (1969) e lo fa:

1. A partire dalle interazioni reciproche tra *Alter* e *Ego*;
2. Facendo ampio riferimento allo schema AGIL;

Parsons sostiene che Ego abbia a disposizione due diverse modalità per ottenere una risposta da Alter ed un risultato dalla propria azione.

- a) Data dai **canali** che Ego utilizza per modificare le reazioni di Alter. Può intervenire sul controllo della *situazione* nella quale Alter è collocato e l'altro attraverso le *intenzioni* tramite il quale cercare di influenzare le motivazioni di *Alter*.
- b) Ego può condizionare il comportamento di Alter attraverso le conseguenze contingenti alle quali Alter si trova di fronte in seguito all'intervento di ego nel suo complesso di azione.

4 diverse forme di intervento di Ego su Alter



		CANALE	
		Situazionale	Intenzionale
SANZIONE	Positiva	Incentivazione (vantaggi situazionali) (Denaro) - A -	Persuasione (è cosa buona agire in quel determinato modo) (influenza) - L -
	Negativa	Minaccia (peggioramento della situazione) (Potere) - G -	Monito (esame delle conseguenze negative) (Impegno al valore) - I -

La teoria di Parsons



- La teoria parsoniana dei media simbolici è utile per l'analisi del terzo settore:
 1. Esce da una prospettiva legata alle motivazioni individuali;
 2. Coglie i nessi relazionali che spiegano i comportamenti individuali;

Luhmann



- Punto di partenza: gli esseri umani traggono grande vantaggio dall'estensione sociale delle loro capacità cognitive che diviene possibile solo per il fatto che gli esseri viventi diventino dipendenti da un sistema di ordine superiore. Tale sistema è il sistema di comunicazione, cioè dalla società.
- Primo medium simbolico: il linguaggio (consente la trasmissione di informazioni ma non l'accettazione o il rifiuto della stessa). Le società moderne hanno elaborato meccanismi di accettazione delle comunicazioni e del consenso sociale → *media della comunicazione*

I media simbolici



I media simbolici:

- Sono caratterizzati da generalizzazione simbolica; (astrarre dal particolare per favorire l'accordo tra i partecipanti della comunicazione)
- Operano un condizionamento, una selezione, sulla situazione nella quale si trova il sistema agente, che si traduce poi in un fattore motivazionale destinato a dirigere l'azione di quest'ultimo;

Ego ed Alter



- Nella prospettiva luhmanniana *ego* ed *alter* non sono due soggetti distinti, ma ciascun individuo nel momento in cui prende parte alla comunicazione è nello stesso tempo entrambi.
- La selezione deve essere imputata; l'imputazione può essere interna od esterna al sistema osservante. Se la selezione è interna al sistema si parla di azione, se è esterna di esperienza interiore.

Combinando i concetti di azione ed esperienza e quelli della distinzione *ego-alter*, Luhmann definisce le caratteristiche dei media simbolici del sistema sociale: verità, amore, denaro, potere e diritto.

Luhmann



Ego

		Ego	
		Esperienza	Azione
Alter	Esperienza	Ae > Ee Verità, Valori	Ae > Ea Amore
	Azione	Aa > Ee Denaro Arte	Aa > Ea Potere Diritto Arte

Ego e alter



- "Se si formula la questione in modo più preciso, allora ci si può chiedere perché si deve ricorrere alla duplicazione. La nostra risposta è che l'autoreferenza dei sistemi sociali ha come presupposto una immanente dualità, perché possa nascere un circolo, la cui interruzione può far nascere strutture" (Luhmann, De Giorgi 1992, p. 118)

Quali media per il terzo settore



- La struttura concettuale diadica (ego-alter) che viene espressa dai due autori rende difficile la sintesi di un medium simbolico del terzo settore e dall'altro canto impedisce di interpretare in modo adeguato quei media della prosocialità che vengono definiti specifici del terzo settore.
- Una soluzione possibile: riconoscere la struttura triadica delle relazioni sociali.
- Proposta aggiuntiva: utilizzare la relazione come paradigma ed unità di osservazione del sociale.
- Esempio del dono (pag. 146).

Capitolo 5



OBIETTIVO DEL CAPITOLO E':

- 1. MOSTRARE COME ANCHE NEL CASO DELLE DIMENSIONI NORMATIVO-ISTITUZIONALI IL TERZO SETTORE POSSEGGA UNA STRUTTURA RELAZIONALE.**
- 2. ANALIZZARE L'INTRECCIO RELAZIONALE TRA IL TERZO SETTORE E GLI ALTRI SETTORI DELLA SOCIETA'**

Linea logica



- agiL (nei capitoli precedenti attenzione agli aspetti culturali); media simbolici
- agIl (attenzione alle strutture normative-istituzionali)

Differenza tra *interazione* (di tipo logico/formale indipendente dall'intenzionalità di ego ed alter) e *reciprocità* (richiama ad aspetti culturali e normativi)

Gouldner (1960)



La reciprocità come:

- Norma sociale (restituire al partner ciò che si è ricevuto)
- Elemento simbolico intrinseco alle relazioni sociali
- Meccanismo di avvio della relazione sociale
- Universale culturale

La reciprocità viene usata in sociologia per spiegare il comportamento prosociale in termini normativi (vs psicologia)

La reciprocità in prospettiva sociologica



- Approccio normativo e olistico

“La reciprocità è una **norma sociale**, in molti casi non scritta, ovvero non formalmente codificata, e però solitamente percepita con grande nettezza e cogenza dai membri di una data collettività, la quale prescrive al soggetto individuale e collettivo, A, di agire nei confronti di un altro soggetto individuale o collettivo, B [...], in modo tale da **restituirgli**, in misura e al tempo che la norma stessa definisce più appropriati, vuoi nella stessa forma, vuoi (...) sotto forma diversa, qualche cosa (...) che il soggetto B aveva in precedenza liberamente dato o concesso ad A o compiuto a suo favore, **senza averne l'obbligo**” (Gallino, *Dizionario di sociologia*).

Simmel e i caratteri della reciprocità



Elemento simbolico intrinseco alla società

La "società è solo il nome con cui si indica una cerchia di individui legati l'un l'altro da varie forme di reciprocità" (1917, p.42) → schema del dare e ricevere in cambio l'equivalente.

Effetto emergente delle relazioni

“Lo scambio non costituisce la somma dei due processi del dare e del ricevere, ma un terzo processo nuovo che si forma in quanto ognuno dei due processi in assoluto è allo stesso tempo causa ed effetto dell'altro” (1900, p. 138).

Gouldner (1960)



- Gouldner ritiene che la reciprocità sia un meccanismo di avvio della relazione sociale nel senso che “aiuta ad iniziare l’interazione sociale ed è funzionale nella fase iniziale per certi gruppi che non hanno ancora un insieme di obblighi di status” (Gouldner 1960, p. 326).

L'istituzionalizzazione della norma della reciprocità Gouldner

Reciprocità →

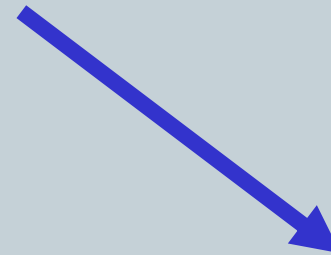
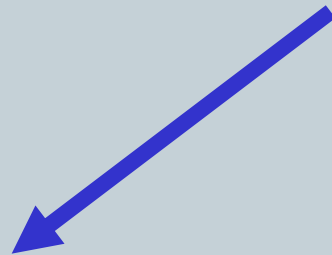
Fondamento
dell'obbligo
morale
Stabilizzazione
della società



Complementarietà

(ego X / alter -X) le caratteristiche e
le risorse di uno sono indispensabili
per l'altro)

Società moderne,
scambio di equivalenti
senza dipendenza
simbiotica tra A e B
Identità di status



Vincoli molto forti
Differenze di status

**Relazioni
Simbiotiche**

**Relazioni
Simmetriche**

Simmetria come obiettivo di modernizzazione della società



- Relazioni che prevedono identità di status;
- Simmetria dei diritti e doveri dei partner;
- Elevata autonomia;
- Si fonda sulla eguaglianza; (intesa come equivalenza funzionale);
- Leggere pag. 169-170;

L'istituzionalizzazione della reciprocità le società primitive (Sahlins)

Reciprocità

Negativa –
ottenere qualcosa in
cambio di nulla -
scambio 0

Reciprocità
Bilanciata

Reciprocità
Generalizzata



Furto

Sottrazione con
L'inganno

Baratto

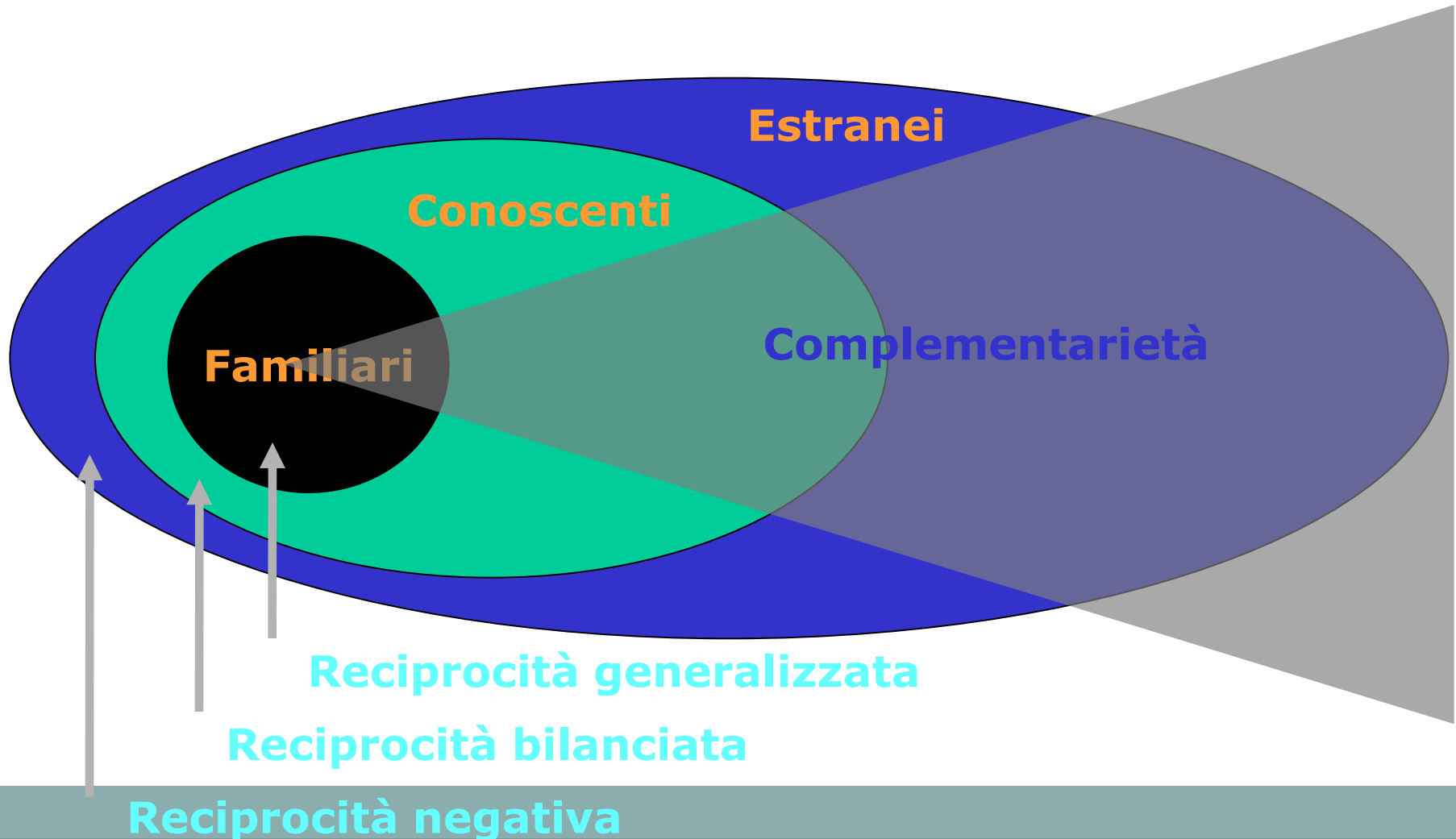
Scambio simbolico
Dono rituale

Alta

**Distanza sociale tra le persone
coinvolte**

Bassa

L'istituzionalizzazione della reciprocità Le società contemporanee (Recchi)



Conclusioni



- Relazione e reciprocità sono concetti che si rimandano a vicenda, nella relazione esiste sempre un effetto reciproco che costituisce la struttura triadica della relazione;
- La reciprocità è il medium simbolico di tutte le relazioni sociali; è il “sottofondo” di tutte le relazioni sociali;
- La reciprocità non è funzionalmente specializzata, tuttavia si può considerare il terzo e quarto settore come i due settori che hanno istituzionalizzato la reciprocità come medium simbolico e come norma interna.
- Nella sua forma sociale pura può essere prodotta solo dal terzo settore.
- Stato e mercato hanno istituzionalizzato forme di reciprocità ma non la possono produrre da soli.

L'istituzionalizzazione della reciprocità

Le società moderne (Polanyi)

Modelli di relazione e di transazione

1. **Scambio di equivalenti**
2. **Redistribuzione** (scambio nel quale tutti i beni sono rimessi nelle mani di una autorità centrale con la responsabilità di redistribuirli)
3. **Reciprocità** (scambio di beni e servizi fondata sul dono)
4. **Householding** (produzione finalizzata al proprio uso)

Istituzioni

- **Mercato** (recip. bilanciata)
- **Stato** (complementarietà)
- **Società civile**
- **Famiglie** (recip. generalizzata primaria)

Economia sociale: quale spazio?



- L'approccio di **Polanyi** è privo di una prospettiva relazionale della differenziazione dei 4 settori che risultano pertanto separati;
- Sistema rivisto da due importanti sociologi dell'economia: **Granovetter** (sono le relazioni sociali e la loro forza i veri responsabili della produzione della fiducia nella vita economica) e **Laville** (distingue economia di mercato, economia non di mercato – Stato e redistribuzione –, economia non monetaria, fa leva sui principi di scambio della reciprocità e dell'amministrazione domestica, indissociabile dagli aspetti sociali).
- Quale spazio per l'economia sociale?

L'istituzionalizzazione della reciprocità

Una lettura relazionale

Modelli di relazione e di transazione

1. Scambio di equivalenti
2. Redistribuzione
3. Reciprocità
4. Householding

Istituzioni

1. Mercato
2. Stato
3. Società civile, TS
4. Sfere di relazione a reciprocità generalizzata (famiglie)

La reciprocità nei diversi settori



- Reciprocità di mercato;
- Reciprocità redistributiva;
- La reciprocità reciprocitaria;
- La reciprocità domestica.

Bibliografia



- ALEXANDER J.A. E WEINER B.J., *The Adoption of the corporate Governance Model in Nonprofit Organizations* in «Nonprofit Management and Leadership», vol. 8, n. 3, pp. 223-242, 1998.
- AXELROD R., *The evolution of cooperation*, Basic Books, New York, 1984, tr. it. *Giochi di reciprocità*, Feltrinelli, Milano, 1985.
- CAILLÉ A., *Critique de la raison utilitaire. Manifeste du Mauss*, La Découverte, Paris, 1988a, tr. it. *Critica della ragione utilitaria. Manifesto del Movimento antiutilitarista nelle scienze sociali*, Bollati Boringhieri, Torino, 1991.
- CAILLE' A., *La démission des clercs, la crise des sciences sociales et l'oubli du politique*, La Découverte, Paris, 1993, tr. it. a cura di A. Salasano, *Il tramonto del politico. Crisi rinuncia e riscatto delle scienze sociali*, Dedalo, Bari 1995.
- CAILLE' A., *Mitologia delle scienze sociali*, Bollati Boringhieri, Torino, 1988.
- DONATI P. (a cura di), *Sociologia del terzo settore*, Carocci, Roma, 1996.
- DONATI P., *L'analisi sociologica del terzo settore: introdurre la distinzione relazionale terzo settore/privato sociale*, in Rossi G. (a cura di), *Terzo settore, stato e mercato nella trasformazione delle politiche sociali in Europa*, Angeli, Milano, 1997.
- DONATI P., *Pubblico e privato. fine di un'alternativa?*, Bologna, Cappelli, 1978.
- FAZZI L., *La cultura organizzativa del nonprofit*, Milano, Angeli, 2000.
- GODBOUT J. T., *L'Esprit du don*, La Découverte, Paris, 1992, tr. it. *Lo spirito del dono*, Bollati Boringhieri, Torino, 1993.
- GOULDNER A.W., *The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement*, in "American Sociological Review", n. 2, 1960, pp. 161-178, tr. it. in GOULDNER A., *Per la sociologia*, Liguori, Napoli, 1977.
- HANSMANN H., *Economic Theories of Nonprofit Organization*, in Powell W.W. (ed.), *The Nonprofit Sector: a Research Handbook*, New Haven, Yale University Press, 1987, pp. 27-42.

Bibliografia



- LAVILLE J.L. (ed.), *Le services de proximité, en Europe*, Paris, Syros Alternatives, 1993.
- MAUSS M., *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, in "Année sociologique", s. II, 1923-24, tr. it. *Saggio sul dono*, in MAUSS M., *Teoria generale della magia e altri saggi*, Einaudi, Torino, 1965, pp. 153-292.
- PARSONS T., *The Social System*, Free Press, New York, 1951, tr. it. *Il sistema sociale*, Ed. Comunità, Milano, 1965.
- PESTOFF V. A., *Third Sector and Cooperative Services. An Alternative to Privatization*, in "Journal of Consumer Policy", 15, 1992, pp. 21-45.
- POWELL W.W. (eds.), *The Non profit Sector. A Research Handbook*, New Haven, Yale University Press, 1987.
- RECCHI E., *Reciprocità. Un nome tre concetti*, in "Stato e mercato", n. 39, 1993, pp. 487-500.
- SAHLINS M., *On the Sociology of Primitive Exchange*, in BANTON M.P. (ed), *The Relavance of Models for Social Anthropology*, Tavistock, London, 1965.
- SAIDEL J.R., HARLAN S.L., *Contracting and Patterns of Nonprofit Governance*, in "Nonprofit Management and Leadership", vol. 8, n. 3, pp. 243-259, 1998.
- SIMMEL G., *Grunfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, de Gruyter, Berlin, 1917, tr. it. *Forme e giochi di società Problemi fondamentali della sociologia*, Milano, Feltrinelli, 1983.
- SIMMEL G., *Philosophie des Geldes*, Leipzig, 1900, tr. it., *Filosofia del denaro*, UTET, Torino, 1984.
- STANZANI S., *La specificità relazionale del terzo settore*, Angeli, Milano, 1998.
- WEISBROD B. A., *The Nonprofit Economy*, Cambridge Mass, Harvard University Press, 1988.