

©2017 luca sossella editore
info@lucasossellaeditore.it
www.lucasossellaeditore.it

Finito di stampare
nel mese di ottobre 2017
da Andersen Spa

Art direction
Alessandra Maiarelli

PAOLO FABBRI

Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia

A cura di
GIANFRANCO MARRONE

ISBN 978-88-97356-42-4

 luca
sossella
editore

Indice

- 7 Introduzione
Gianfranco Marrone

LE COMUNICAZIONI DI MASSA IN ITALIA: SGUARDO SEMIOTICO E MALOCCHIO DELLA SOCIOLOGIA

- 51 0. Diacronia dell'occhio: l'*Ars interveniendi* e un letto di Procuste
- 54 1. Una crisi: cause esterne, cause interne
1.1. *Il paradigma tradizionale delle sociologie dei mass-media*
1.2. *Critica della vecchia definizione e proposta d'una nuova semiotica e sociolinguistica*
1.3. *La società dei consumi e una sociologia interazionale*
- 71 2. Uno sguardo binoculare: studio delle forme dei contenuti e delle forme dell'espressione
2.1. *Cultura 'colta' e cultura di massa: l'ipotesi informazionale*
2.2. *Tratti differenziali semiotici e sistematici*
2.3. *Le comunicazioni di massa: aspetti mitici e rituali*
2.4. *La comunicazione sociolinguistica: strategie interazionali, linguaggi di connotazione*

- 89 3. Il caleidoscopio: linguaggi di manifestazione
il numerico e l'analogico, economie
comunicative
- 3.1. *Per una grammatica dei contenuti: codice e
messaggio, discorso e testo*
- 3.2. *L'analisi di contenuto: una diacronia
orientata. Per una teoria del testo*
- 3.3. *Tipologia dei discorsi: il 'genere' come unità
della cultura di massa*
- 3.4. *Il discorso pubblicitario: semantica, retorica,
ideologia*
- 3.5. *Degli oggetti semiotici*
- 3.6. *Problemi teorici e procedure di scoperta*
- 130 4. La macchina tachiscopica. Gli effetti in
causa: riscrittura e trasformazione
- 4.1. *Regole di co-testo e regole di contesto:
competenza comunicativa e regole sociolinguistiche*
- 4.2. *Criptotesti e regole d'elicitazione*
- 4.3. *Deficit o differenze di codici?*
- 4.4. *L'ambigua decodifica: meccanismi di difesa*
- 169 5. Coscienza focale e coscienza sussidiaria
- 5.1. *Semiotica e/o sociologia*
- 5.2. *In una semiotica dell'ideologia?*
- 185 Riferimenti bibliografici

INTRODUZIONE

Gianfranco Marrone

*Non si può andar dritti al senso: qualche
esperienza intellettuale (Marx, Nietzsche,
Freud) lo sconsiglia.*

Ivi p. 129

1. DESTINI INCROCIATI

Publicato nel quinto fascicolo di Versus. Quaderni di studi semiotici, il lungo, articolato, complesso saggio di Paolo Fabbri che qui riproponiamo appariva in un momento topico per l'investigazione sui segni, i linguaggi, il senso, la significazione.¹ Era il 1973, periodo euforico per le scienze umane, contrassegnato da grandi folgorazioni metodologiche e correlative esplorazioni di campo, dall'esibizione di consistenti nuove idee e dall'ambiziosa edificazione di un certo numero di modelli previsionali per la spiegazione della realtà sociale, antropologica e culturale. L'idealismo storicista sembrava scomparso, e molto marxismo sedicente rigoroso con lui, soppiantati dal

trionfo non parallelo della sociologia, da una parte, e della linguistica, dall'altra, in nome di quello strutturalismo che, nonostante le resistenze accademiche (o forse proprio per questo), spopolava nelle gazzette mediatiche e nei salotti delle capitali del consumo intellettuale.

La semiotica si trovava così sotto i riflettori nel palcoscenico scientifico, fra le più giovani aspirazioni interpretative a incuriosire studiosi di molteplici discipline, proprio perché le discipline stesse, nel doppio senso del termine, aveva in progetto di travalicare. Se per certi versi essa proponeva un nuovo oggetto di studi – i sistemi di segni, accanto e oltre le lingue storico-naturali –, per altri versi tale oggetto metteva in discussione tutti gli altri, imponendo una loro rielaborazione epistemologica, teorica, metodologica e finanche empirica. La semiotica è una nuova scienza dell'uomo (e dell'universo tutto, come qualcuno sussurra) che cerca un suo spazio d'azione e di riflessione fra le altre già esistenti? oppure si tratta di un inconsueto modo di operare, in generale, nell'ambito di quelle Geisteswissenschaften alla perenne ricerca di una loro credibilità ermeneutica e, soprattutto, autonomia esplicativa? La questione era allora molto aper-

ta, e lo è tuttora: ma in quel tempo era al centro del dibattito, dentro e fuori gli studi semiotici.² Lo stupefacente decennio dei Sixties – che aveva visto emergere dalla Francia un movimento di idee a voci eteroclitiche (Lévi-Strauss, Foucault, Lacan, Althusser, Barthes, Deleuze, Derrida fra le più note) sotto l'egida della mentalità strutturalista³ – si era chiuso. Si delineava allora in Europa e oltreoceano un nuovo panorama di ricerca, emergeva una vera e propria sfida intellettuale: non una generica ansia di rinnovo ma una più profonda esigenza di ripensamento, o forse di iniziale pensiero, di un mondo che, dal canto suo, si stava trasformando a velocità inusitata. Partire dal linguaggio, dai linguaggi, dalle sperimentazioni artistiche e dai codici mediatici, dai discorsi sociali e dai testi culturali sembrava una scommessa plausibile: la lingua – in tutte le sue forme e sostanze – non appariva più come un ordinario strumento di comunicazione interpersonale ma come la via d'accesso tanto privilegiata quanto essenziale alla dimensione antropologica nel suo complesso, all'universo umano e sociale nella sua totalità. I modelli semiotici, in via d'affannata costituzione, apparivano pertanto essenziali.

Al contempo, tuttavia, gli studi sociologici sulla società di massa, e in generale il pensiero critico riguardante i mass media, anche perché pressati da un'urgenza conoscitiva che faceva il paio coi movimenti giovanili di protesta contro tale società, subivano una profonda crisi di identità e di idee, di categorie e di metodi. Quel che faceva per lo più problema, spiega Fabbri chiudendo significativamente il saggio, era l'interpretazione materialistica della storia in chiave marxista engelsiana, secondo la quale 'in ultima istanza' la sovradeterminazione economica avrebbe spiegato il senso della storia medesima, fornendo le ragioni profonde dei singoli avvenimenti, individuali come collettivi. Al di là d'ogni disputa di scuola interna al marxismo, anche in chiave 'apocalittica' francofortese, il ricorso alla spiegazione economicista – vulgata dura a cadere – sembrava essere il nemico primario non della sola semiotica ma di ogni studio rigoroso nell'ambito delle scienze umane e sociali.⁴ Se una critica dell'ideologia occorreva portare avanti, data la sua sovrabbondante presenza nella cultura di massa, le istanze da tenere in considerazione, e la loro reciproca determinazione, erano parecchie. La società di massa, ribadisce Fabbri,

è una totalità articolata in istanze complesse (religiose, morali, artistiche, politiche ecc.), ciascuna delle quali va descritta secondo una propria morfologia e un proprio numero d'operazioni. In particolare si pone il problema della sovradeterminazione dei singoli livelli rispetto ad altri (e in diversi periodi di tempo: v. il meccanismo della moda come operatore di codifiche temporali); è altrimenti impossibile al sociologo calibrare il diverso peso delle unità testuali contestualizzate. La spiegazione in termini di sovradeterminazione economica in ultima istanza non può soddisfare il teorico dell'ideologia alle prese con pratiche significanti reali. [ultima pagina]

2. DISSIDI ONTOLOGICI

La questione della crisi dell'interpretazione sociologica – il suo 'malocchio' – traversa tutto il saggio, organizzato come una rassegna strutturata di problemi teorici, sia generali sia specifici, e di loro eventuali soluzioni sulla scorta della prospettiva al tempo stesso epistemologica e metodologica (lo 'sguardo') della semiotica. Al di là delle questioni congiunturali, come per esempio

la già ricordata contestazione giovanile o le incessanti trasformazioni tecnologiche nel campo delle comunicazioni, nella nota 1 – nascosta dunque ma non troppo – troviamo un'argomentazione decisamente importante riguardante quello che possiamo considerare il problema di fondo di tutto il saggio, ovvero la costruzione non ovvia dell'oggetto di conoscenza:

Si può pensare che, dei due fondamentali 'movimenti' d'ogni scienza: (i) rottura con la conoscenza fenomenica e definizione di un oggetto scientifico, (ii) definizione ed elaborazione concettuale e metodologica, molte scienze umane, la sociologia in particolare, non abbiano compiuto che il secondo. Il prerequisito (i) sembra appannaggio esclusivo della scienza delle formazioni sociali (il marxismo), di quella delle formazioni simboliche (la psicanalisi) e della linguistica. Se mai in queste fa difetto proprio la componente (ii): per questo il lavoro sociologico non ci è mai sembrato pena perduta. nota 1 pag.

Se da un lato, in vario modo, il tema metodologico è presente nella disciplina sociologica, e su questo il dialogo con la semiotica – vedremo

– potrebbe almeno in linea di principio essere più agevole, quel che più tiene distanti i due approcci, richiedendo la costruzione di adeguate collegamenti, è la questione dell'oggetto: dato come un'evidenza, cioè come un irriflesso, per la sociologia; costruito come un problema euristico, invece, per la semiotica.⁵ Il fatto stesso d'occuparsi di comunicazioni, di massa e non, pensa Fabbri, in qualche modo dovrebbe indurre la sociologia a modificare per gran parte il suo atteggiamento epistemologico, per così dire, tacito, abbandonando la posa (tanto facile quanto imprudente) d'essere una scienza dei fatti, considerati come materiale empirico certo, già dato, e come tale non discutibile, per presentarsi invece come una scienza del senso (la quale manifesta come suo primo e principale problema la determinazione del suo stesso oggetto di indagine).⁶ L'incontro fra sociologia e semiotica trova il suo fondamento, e la sua necessità, in questa differenza di base, che non si fa fatica a definire epocale: se l'Ottocento è il secolo dei Fatti, scriveva per esempio Barthes, il Novecento è il secolo del Senso.⁷ Il Novecento, cioè, prende in carico l'idea per la quale, se è possibile dire che i fatti hanno una loro realtà, è per due fondamentali

ordini di ragioni: innanzitutto è considerabile come dato solo ciò che per un preciso soggetto ha un qualche valore, un qualche significato, dunque una prospettiva sensata a partire da cui poterlo osservare: ogni entità ontologica è costruita, data come dato, fatta in quanto participio passato; ma, ancora più indietro, questi stessi dati sussistono se e solo se stanno in relazione pertinente con altri dati, sotto un qualche rispetto o capacità, entro un sistema parzialmente omeostatico. Prima ancora d'essere una tesi esplicita entro una serie di precise disposizioni disciplinari (dalla linguistica all'antropologia e sino all'etnografia filosofica latouriana),⁸ il dettato strutturalista che vede il primato ontologico delle relazioni sugli elementi che le contraggono, come ha mostrato Cassirer (1945), affonda le sue radici nella biologia ottocentesca, per trovare poi, appunto, chiara ed esplicita prassi epistemologica nelle scienze umane del secolo successivo.⁹

È questa l'idea fissa di Fabbri che circola nel presente saggio, la quale ha alle spalle una precisa svolta dai fatti al senso, svolta eminentemente semiotica che viene resa operativa con acume e insistenza nel campo relativamente ristretto

degli studi sulle comunicazioni di massa, delle ricerche su quei mitici media (stampa, pubblicità, televisione, paraletteratura, posta del cuore, fumetti etc.) che, se oggi ci appaiono, discutibilmente, 'vecchi', è forse anche perché, loro malgrado, non sono stati compresi a sufficienza da chi intendeva, spiegandoli, comprenderli. Modificare l'assetto epistemologico di fondo della ricerca, praticando un'ontologia strutturale del senso a sostituzione di quella positivista dei fatti ("i fatti sono stupidi", diceva Flaubert), significa quindi, per Fabbri, da una parte, ridiscutere la tradizionale distinzione diltheyana fra scienze della natura e scienze dello spirito, ponendo in dialettica, o se si vuole in tensione, spiegare e comprendere (spiegare di più per comprendere meglio, dirà Ricoeur via Greimas),¹⁰ e, dall'altra, mettere in questione i residui di positivismo presenti all'interno delle scienze umane contemporanee – come per esempio, appunto, in certa sociologia che, a dispetto dell'avanzare impetuoso dello strutturalismo, pensa ancora in termini di singole realtà oggettive, d'evidenza fattuale di entità a sé stanti.

Ma questa assunzione teorica forte, e senza appello, riesce possibile perché l'apertura nei

confronti dei media non è il puro campo di applicazione di un pensiero che esiste a prescindere da esso, ma il terreno fertile dove i problemi, empirici come epistemologici, possono (o devono) generare la teoria per spiegarli. Come s'è detto, è nel momento in cui la sociologia volge la propria attenzione alle comunicazioni di massa che si trova quasi costretta a fare i conti col problema del senso, che nei processi comunicativi è, per forza di cose, costitutivamente presente. Non c'è una teoria filosoficamente autonoma che, se del caso, trova la eventuale applicazione a un campo qualsiasi di indagine; è semmai lo sguardo analitico, che è sempre sguardo di qualcosa, dunque intenzionalmente fondato, a costituire in uno stesso tempo l'oggetto da mettere a fuoco e le lenti per farlo nel migliore dei modi.¹¹ La semiotica, per Fabbri, non è un'eventuale forma di filosofia interessata al linguaggio, o ai linguaggi, ma un sapere a vocazione scientifica che trova la propria ragion d'essere nelle ipotesi di spiegazione che riesce a fornire di un mondo sensato il quale, se ben articolato, si dischiude alla conoscenza e alla comprensione.

3. IL MESSAGGIO (NON) È IL MEDIUM

Inizia così questo saggio di Fabbri del '73, con la messa in luce di una profonda crisi della sociologia dei media, e dalla conseguente proposta di sormontarla – sarà già chiaro – grazie al contributo a tutto tondo della semiotica, non senza il tramite decisivo della teoria dell'informazione. A colmare la distanza fra sociologia e semiotica, difatti, c'è una serie di paesaggi integrativi di un certo rilievo che Fabbri discute passo passo – la linguistica, l'antropologia e la semantica strutturali, la sociolinguistica, la critica dei media, la pragmatica della comunicazione ma anche quella teoria informazionale che, se pure non soddisfa a pieno il semiologo, può fornire al sociologo strumenti metodologici di sicura importanza.

Ancor prima della scienze della significazione, infatti, già la teoria dell'informazione aveva coniato una serie di categorie interpretative (ridondanza, omeostasi, feedback, metacomunicazione) fondamentali per uno studio dei processi di comunicazione che sapesse travalicare gli steccati dell'evidenza troppo spesso – e

ancor oggi – elevata a sistema. Prima ancora di occuparsi delle comunicazioni di massa, in altre parole, occorre aver chiaro cosa sia la comunicazione in generale, e quali siano i suoi postulati essenziali, che Fabbri elenca uno dopo l'altro: "l'impossibilità di non comunicare, la punteggiatura delle sequenze d'eventi, l'opposizione tra comunicazione numerica e analogica, la distinzione tra interazioni simmetriche e complementari e (in particolare) quella tra livelli comunicativi di contenuto (report) e di relazione (command)". Ma se pure la teoria dell'informazione – e qui il riferimento è tanto alla sistematizzazione di Wiener quanto alla pragmatica di Watzlawick, alle analisi di McLuhan e, soprattutto, a quelle dei suoi inferorati seguaci – ha donato agli studi sui media alcune intuizioni di base, per altri versi essa ha contribuito alla diffusione di alcuni concetti che ne hanno bloccato gli ulteriori sviluppi. Fra queste idee poco feconde c'è quella che comprime il contenuto semantico del messaggio trasmesso in nome di una considerazione ipertrofica, ed esclusiva, del medium tecnologico che ne permette la sua trasmissione. Se da una parte la celebre espressione di McLuhan "il medium è il mes-

saggio" – pensiero interrotto, secondo alcuni¹² – ha fatto prorompere l'interesse generale circa il valore sociale dei media (anche e soprattutto nei media medesimi), dall'altra ha contrastato ogni apprezzamento analitico circa la doppia natura – significante e significata – dei suoi messaggi, considerando peraltro l'emittente e il destinatario come degli operatori privi di ogni identità individuale e/o collettiva.

Nel trattamento informazionale della comunicazione di massa i mezzi erano sovradeterminati rispetto ai contenuti: il modello behavioristico, che connette significanti a spese dei significati, si saldava a quello informazionale che classifica i linguaggi per canali sensoriali di trasmissione. Ma un testo trasmesso dai mass-media, se è articolato in più codici d'espressione, è e funziona come un oggetto semiotico significante: cioè trasmette un contenuto di cultura (se pur di massa). Comunicazione e cultura non sono se non idealisticamente coestensivi: chi continua a sostenerlo, in una prospettiva cibernetico-informazionale, finisce per non sapere quali siano le unità che articolano la cultura – intesa come l'insieme dei messaggi testi (infiniti) che circolano in una

certa società e per ripiegare sulla tipologia delle culture a partire dalla specificità sostanziale dei segni: dai sensi e non dal senso. par 1.3

Se c'è un apporto imprescindibile della linguistica e della semiotica strutturali agli studi sulle comunicazioni di massa, esso consiste più che altro in due convinzioni di fondo. Da una parte l'idea che ogni messaggio trasmesso (quale che sia la sua base materiale e la tecnologia che lo diffonde) ha una doppia faccia, quella del significante che lo esprime e quella del contenuto che ne viene significato, la quale impone all'analista che deve esaminarlo uno "sguardo binoculare", ossia due indagini parallele circa le forme dei contenuti e circa le forme della loro espressione. D'altra parte, in chiave ancor più vicina agli interessi sociologici, il principio per cui gli attori della comunicazione, i cosiddetti emittente e destinatario, non sono da considerare come agenti tecnologici puri, privi d'identità socio-culturale, ma come soggetti antropologici a tutti gli effetti (fossero anche ibridi nella loro probabile duplice natura umana e insieme non umana, ossia appunto tecnica), la cui identità si costituisce nel corso stesso dei processi comunicativi o, meglio,

durante l'azione di produzione significativa, e cioè nel corso degli accostamenti possibili, basati su codici variabili, di espressioni significanti a contenuti significati e, viceversa, di contenuti significati a espressioni significanti. In altre parole, a monte dei processi di trasmissione comunicativa, ci sono i meccanismi, anche procedurali, di costruzione del senso, i cui agenti – di codifica e di decodifica – sono soggetti sociali a tutti gli effetti, e non, come dice Erving Goffman (altro autore di riferimento per Fabbri), "cabine telefoniche vuote". È solo in questi termini che sarà possibile parlare di una "sociosemiotica" (termine che Fabbri adopera in questo saggio a più riprese), ma anche di una "antropologia culturale volta all'esplorazione dell'articolazione immaginaria nelle società industriali complesse", che sembra potersi porre come la normale prosecuzione di una sociologia dei media fondata sui principi strutturali della semiotica.

4. ALTO E BASSO

Da qui, fra le altre cose, una nuova possibilità di definizione teorica, non delle comunicazioni di massa in quanto tali, ma della cultura che le

sostiene: *cultura di massa che, per essere appunto definita, va generata sulla base di quel suo opposto pertinente che è la cultura detta 'colta'. Entrambe, infatti, si costituiscono nella loro relazione vicendevole e reciprocamente possono cambiare nel corso della storia. Più che spiegazioni essenzialiste, Fabbri ricorre a interpretazioni basate su categorie strutturali. Secondo la prospettiva della teoria dell'informazione, se la cultura 'alta' procede per reti sistematiche di concetti che tengono ben separati produttori e ricettori, la cultura 'bassa' assumerebbe invece la configurazione stocastica di un mosaico, dove un piccolo pacchetto di atomi di conoscenza detti 'culturemi' sarebbe fortemente condiviso fra i due attori della comunicazione. Il problema è che, obietta Fabbri, più che mettere a fuoco questi eventuali atomi di conoscenza in quanto tali, e valutarne la povertà culturale malamente diffusa, è più utile ricostruire i meccanismi profondi di significazione che li generano, e comparare le due forme culturali a partire da tali rispettivi meccanismi di produzione e diffusione del senso. Viene fuori in tal modo, riprendendo una nota distinzione proposta da Lotman,¹³ che se la cultura colta è in linea di massima*

grammaticalizzata (dove cioè le regole di funzionamento sono esplicitate e riconosciute dalla comunità che le adopera), la cultura di massa è piuttosto testualizzata (dove le regole di produzione e ricezione sembrano mancare perché implicite). Come nel folklore, anche nella cultura di massa i produttori restano molte volte invisibili, e i testi sembrano apparire dal nulla, generando un effetto di naturalità, di 'va-dasé'.¹⁴ Il problema, allora, non sta nel fatto che le conoscenze massificate dai media sono disparate e mal strutturate, ma semmai che tendono a essere banalizzate, semplificate rispetto a quelle della cultura alta, grazie a complessi meccanismi di desemantizzazione e risemantizzazione. Il carattere endossale della cultura di massa è funzione di tali meccanismi di risignificazione che non producono verità inattese, come nella scienza o nella letteratura, ma danno luogo a effetti di verosimiglianza che non turbano alcuna aspettativa progressa del pubblico.¹⁵ Ne deriva altresì il carattere funzionalmente mitologico dei media, i quali provano a risolvere sul piano della narrazione immaginaria, figurativamente ricchissimo e assai articolato anche in termini rituali, le contraddizioni fra universi semantici

dati: mettere in luce i meccanismi profondi generatori di questa compensazione mitica diviene così un'operazione necessaria i cui strumenti sono eminentemente linguistici e semiotici. Si otterrà, fra gli altri esiti probabili, una messa in discussione dell'idea preconcepita secondo la quale la cultura di massa è povera, arretrata e uniforme; se pure, come s'è detto, essa riprende moduli e meccanismi del folklore, per altri non è rivolta al passato o alla tradizione: è anzi in nome del valore del nuovo – superficiale forse, ma perversamente condiviso con la cultura colta – che essa emana i propri messaggi.

5. DISCHIUDERE LA SCATOLA NERA

Ma quali sono gli strumenti linguistici e semiotici che permettono di portare avanti quest'analisi, e queste conseguenti interpretazioni, della cultura mediatica? Fabbri ne individua parecchi, e li sparge nel corso del saggio, interagendo con tutto il vasto, e variegato, campo delle scienze umane e sociali. Nell'esporsi, appare evidente il doppio gesto argomentativo che, da una parte, contrappone tali strumenti metodologici ad altri strumenti, o a idee ricevute, del canone sociologi-

co, e, d'altra parte, si avvale delle ricerche strutturaliste contemporanee. Fra questi, i principali sembrano essere: la nozione di testualità (con i suoi derivati: discorsività, genere, narratività) contrapposta alla pratica ingenua della cosiddetta content analysis; la problematica delle competenze degli attori della comunicazione (intesi come soggetti dell'enunciazione) contrapposta alla nozione irriflessa di ruolo sociale; la messa a fuoco delle prassi comunicative strategiche (con la preliminare differenza fra attori empirici e loro immagini ri-costruite) contrapposta all'idea di un flusso informativo continuo e indifferenziato. Vediamoli brevemente: la lettura del saggio dirà meglio e di più.

Innanzitutto, l'idea di testo. Nel tentativo di studiare il contenuto informativo dei messaggi della comunicazione di massa, l'analisi del contenuto praticata dai sociologi pone implicitamente tutti i problemi della semantica linguistica, ma sembra non interessarsi alle proposte operative di quest'ultima. In ciò, secondo Fabbri, essa "rileva di una epistemologia pre-saussuriana" che, da una parte, non tiene conto del delicato problema della frequentissima presenza di molteplici sostanze espressive (verbalità, im-

magini, musica...) entro un medesimo messaggio e, dall'altra, non sapendo maneggiare unità testuali specifiche, finisce per catalogare entità linguistiche tradizionali e irriflesse come le parole o, raramente, bravi compendi. Da qui la furia tassonomica che la contraddistingue, di fatto inefficace per la spiegazione dei media, e la conseguente necessità di sostituire la nozione di messaggio, scatola nera senza articolazioni interne, con quella di testo, fondato invece sul principio saussuriano del tout se tient, ossia di un'entità semiotica che sussiste grazie alle sue pertinenti articolazioni interne e le sue chiare delimitazioni verso l'esterno.

Il progresso teorico e pratico ha come pre-requisito la ridefinizione dell'oggetto della content analysis: quest'oggetto è il testo, quale lo elabora – anche se in via altamente speculativa – la semio-linguistica strutturale o la textlinguistik generativista. Le divergenze teoriche sono di taglia (Hjelmslev o Chomsky); sembra però che entrambe le scuole convergano nell'individuare la coerenza sopra-frastica che definisce un testo, non in termini della superficie lessico-grammaticale – che è il solo criterio a cui l'analisi di

contenuto potrebbe pervenire, sia pure a prezzo di radicali miglioramenti interni – ma della sua struttura semantica profonda. par. 3.2.

Analizzare i media per via testuale implica dunque aprire la scatola nera del messaggio, mettendo in relazione reciproca, come insegna la linguistica, il suo piano dell'espressione con il suo piano del contenuto. Ciò significa per esempio che se, come s'è detto, sul piano dell'espressione un messaggio fa spesso ricorso a molteplici sostanze espressive, su quello del contenuto ciò che ne viene fuori è un insieme informativo perfettamente unitario e coerente. Se pure i messaggi si manifestano al loro fruitore, o a chi prova ad analizzarli, come conglomerati mal organizzati di codici espressivi differenti, o, nella migliore delle ipotesi, come una serie di unità lessicali in successione cardinale, prendendo in considerazione le regole testuali profonde che li generano, tale apparenza di disordine svanisce immediatamente.¹⁶ Accadrà in tal modo che, a livello profondo, i messaggi mediatici assumano spesso una struttura narrativa che trascende le differenze di superficie (“coerentemente con l'attuale stile dei mass media”). Così come accade che, con

regolarità stupefacente, fra le prassi comunicative e l'insieme dei testi si frappongono modelli di genere. Laddove la cultura colta mette in circolazione opere singole e relativamente autonome, quella mediatica lavora più che altro su generi di grossa taglia: non si consuma il singolo romanzo, ma il genere poliziesco (fantascientifico, rosa, thriller...) entro cui tale romanzo vede la luce. Un testo, insomma, ha una dimensione transfrastica, quando riguarda messaggi di natura verbale, e al tempo stesso permette di maneggiare, con e oltre *la parole*, immagini e musica, balletti e show d'ogni sorta.

Una rinnovata sociologia della cultura di massa dovrà passare di qui: dalla ricostruzione della struttura semantica profonda dei testi, prima di collegarli alle restrizioni degli apparati istituzionali in cui vengono proferiti. Ci si era forse illusi di una semplicità del testo immesso nei circuiti di massa, da verificare sul mero computo delle parole o di temi intuitivamente appresi. Non è così; l'apporto semiotico consisterà nel farvi riconoscere l'azione di regole testuali e di regole sociali entrambe a gradi elevati di complessità. par. 3.2.

D'altra parte, se la presenza dei codici specifici è garanzia della socialità di ogni processo comunicativo o istanza significativa, ripensare i messaggi come testi porta a indebolire l'autorità indiscutibile dei codici, il loro essere principio e fine di ogni forma comunicativa. Se un testo è un conglomerato di senso complesso e stratificato, coerente nelle sue varie parti e coeso come un tutto, esso è relativamente autonomo rispetto ai codici che lo hanno posto in essere: se da un lato esiste grazie a essi, dall'altro li deforma, costruendo micro-codici finalizzati ai propri scopi comunicativi, i quali poi, grazie alla propria diffusione, si distribuiscono nel sociale riverberandosi sui macro-codici. In altre parole, il testo oltrepassa la dicotomia codice/messaggio (o, secondo una terminologia linguistica, langue/parole) proprio perché la coniuga al suo interno, la riarticola in termini dinamici, dando al produttore del messaggio (sia esso un individuo o un apparato istituzionale) una funzione che non è quella del riproduttore del già detto e al destinatario il ruolo di chi si non limita a subire passivamente l'informazione trasmessa. Il testo contiene i codici necessari a trasferire i suoi messaggi, li riprende dalla realtà sociale

esterna traducendoli al suo interno e offrendoli, trasformati, alla realtà sociale stessa, secondo un processo continuo dove l'emissione e la ricezione sono altrettante forme di traduzione fra lingue, linguaggi o sistemi di significazione di varia natura.

Da qui anche la nozione di discorso, entità mediana fra produttori e pubblico, da un lato, e il messaggio/testo, dall'altro. Più che in termini di specifici contenuti, la natura della cultura di massa si determina infatti, secondo Fabbri, a livello delle regole discorsive – delle incessanti produzioni, ricezioni, trasformazioni e ibridazioni di generi di discorso – che essa mette in gioco. Ritorna così il senso decisivo del genere, non in termini, ovviamente, di prescrizioni poetiche ma di prassi produttive e abitudini ricettive.¹⁷

Si potrebbe dire che proprio il genere è l'unità minima di contenuto della comunicazione di massa (almeno a livello di fiction, ma non soltanto) e che la domanda di mercato da parte del pubblico (e del medium) agli intellettuali produttori si fa a livello del genere. Per il ricercatore è attraverso la percezione del genere che si accede al senso latente di testi massmediatici;

questo affiora nel gioco delle regole d'assieme e non in un testo-occorrenza. Questa esperienza – che la critica 'colta' della cultura di massa sfugge nella sua pratica – è di struttura: le opere sono prodotti sememici di superficie rispetto alla struttura semica (paradigmatica) e sintattica (sintagmatica) del genere. Naturalmente queste strutture sono non (o poco) grammaticalizzate e richiedono un lavoro di descrizione che ne spieghi la consistenza e la coerenza. par 3.2.1

Ora, ciò permette un aggancio concreto, e fruttuoso, fra gli studi sociologici sui produttori e i ricettori dei messaggi e gli studi semiotici sul modo in cui, entro i messaggi/testi tali produttori e fruitori vengono in vario modo rappresentati, simulati, fatti giocare strategicamente. Laddove la sociologia si preoccupa di indagare le ragioni e le condizioni in cui operano i fabbricanti dei messaggi mediatici e i rispettivi consumatori, dal punto di vista semiotico ci si interessa semmai, coerentemente con la teoria linguistica dell'enunciazione, di ricostruire i simulacri di tali attori entro i testi stessi. In altre parole, all'interno dei testi non ci sono solo i contenuti da essi espressi (articolati struttural-

mente) ma anche l'immagine di chi concepisce quei testi e di chi li consuma – che può più o meno collimare con gli attori concreti che hanno agito per produrli e riceverli. Una cosa è la redazione di un giornale, un'altra la testata che essa, facendo quotidianamente il giornale, tende a costituire. La testata è l'immagine della redazione, non la redazione stessa; ed è a partire da quest'immagine che il lettore decide se e quali giornali leggere. Analogamente per una trasmissione televisiva, un'azienda in una pubblicità, una serie di fumetti, un festival canoro... Anzi, è soltanto a partire da tali sembianze dei produttori e del pubblico che, alla fin fine, si determina l'esistenza dei produttori e del pubblico concreti, i quali in qualche modo si adeguano progressivamente, e con ondivaghe resistenze, ai loro simulacri testuali. Un giornalista finirà per agire nel modo in cui la sua testata gli prescrive di fare, così come il lettore leggerà il giornale secondo le regole di lettura che la testata gli fornisce. L'enunciazione, in questo senso, è, per così dire, il livello delle istruzioni per l'uso dei testi, livello che è anch'esso un prodotto dei media, nei media, e con i media stessi. Così, per esempio, nella fruizione della

pubblicità, ricorda Fabbri con Baudrillard, non si tratta soltanto di riceverne il carattere persuasivo (acquistando delle merci), ma di godere dello spettacolo irrealista che essa propone: è passando da questo patto di irrealtà, da questa retorica palese, che la comunicazione pubblicitaria riesce a essere più o meno efficace sul piano – ideologico – dei consumi.

Lavorare sui simulacri testuali degli emittenti e dei riceventi, continua Fabbri, significa non semplicemente porre la questione delle ideologie veicolate dai media e delle loro ricadute quasi automatiche in termini di sistemi di potere, insistendo semmai – come indica la ricerca sociolinguistica – sul carattere strategico della discorsività. Costruire una certa immagine di sé, e costruire una certa immagine del pubblico, è combattere una sfida, quella dell'arena mediatica e delle sue connotazioni sociali: accettare la sfida significa stare al gioco, così come mettere in questione i simulacri enunciativi è in qualche modo sfuggire a esso (“io non sono uno spettatore come voi pensate che sia...”).¹⁸ Resistere, o pervertire, se non trasformare il potere dei media è giocare con i suoi stessi mezzi, sapendoli correttamente (e incorrettamente) adoperare. L'idea di

*guerriglia semiologica, accolta da Fabbri, trova qui il suo fondamento teorico.*¹⁹

6. OLTRE IL DEFICIT

*Da qui l'ultimo punto su cui insistere, quello che forse ha reso più noto, e giustamente, il presente saggio di Paolo Fabbri: la questione degli effetti semiotici dei media sul pubblico e, specularmente, dei comportamenti del pubblico nei confronti dei media.*²⁰

Di contro alle numerose ipotesi teoriche circa un deficit cognitivo del pubblico dei media, costitutivamente incapace di comprendere a pieno i messaggi giornalistici, televisivi o pubblicitari perché privo dei codici necessari per interpretarli in modo corretto, Fabbri insiste sull'idea di un décalage di natura non cognitiva ma culturale, antropologica, fra produttori e consumatori. Da una parte, si porrebbe il problema di definire (ideologicamente?) cosa è corretto e cosa non lo è, cosa vuol dire intendere 'a pieno' e che cosa sarebbe invece 'errato' nel processo di interpretazione. D'altra parte, mettendo da canto tale questione in fin dei conti normativa, e comunque pregiudiziale, emerge il problema non

della presenza o dell'assenza dei codici necessari ma delle difformità di codice fra i differenti attori della comunicazione. Ancora una volta è la sociolinguistica a fornire utili modelli di riflessione: quando nel dialogo fra persone di paesi ed etnie diverse non si hanno codici linguistici comuni, li si inventa per l'occasione, come nel pidgin o, di più, nel creolo, grazie a cui si parla nonostante tutto, sebbene cioè non potrebbero esserci le condizioni anche minime per farlo. Analogamente accade nel campo delle comunicazioni di massa, dove il problema, dice Fabbri, non è che cosa i media fanno al pubblico, come generalmente ci si domanda, ma cosa il pubblico potrebbe fare con i media. Al loro interno c'è come una pidginizzazione discorsiva che funziona per semplificazioni, eliminazioni, interferenze, adattamenti e 'rilessificazioni' sia dei contenuti espressi sia nei tipi di genere entro cui essi si incanalano. In un modo come nell'altro, il messaggio dunque transita: il problema non è quello di determinare se è passato più o meno bene, cioè funzionalmente alle intenzioni più o meno esplicite dell'emittente, ma che cosa è passato nonostante tutto e, soprattutto, come è potuto accadere, grazie a quali regole discorsive e a

quali competenze comunicative messe in campo, spesso inconsapevolmente, dai diversi attori della comunicazione.

In tal modo, per esempio, la vessatissima questione della violenza che i media eserciterebbero sul pubblico, soprattutto infantile, spingendolo ad analoghi atti mimetici, può essere rivista: il problema non è il singolo atto violento messo in onda, poniamo, in televisione e sottoposto alla fruizione di menti ingenuie che – terrorizzate – lo recepiscono acriticamente, ma le cornici narrative entro cui tali menti, per nulla ingenuie, li inseriscono.²¹ Un bombardamento feroce di cui parla il telegiornale non è recepito come violento mentre l'irruzione improvvisa di una strega in una casetta abitata da una dolce famiglia di contadini può esserlo molto di più. Come insegnano i folkloristi, il significato di un'azione, e il valore che le si attribuisce, cambia a seconda della stringa d'altre azioni entro cui essa si trova, della funzione narrativa che esercita. Laddove l'emittente usa alcuni codici, e alcuni valori sociali che li sostengono, per produrre determinati messaggi, il ricevente ne usa degli altri, e altri valori, per interpretarli. Quel che viene fuori non è un effetto di ignoranza, meno

che mai di ingenuità, ma una ridefinizione discorsiva che fa fatica a essere rubricata come 'decodifica aberrante'; a meno di non togliere al termine 'aberrante' la sua accezione negativa, e di considerare l'espressione intera non come veicolo di un'eccezione da evitare ma come etichetta di una direttiva del normale pidgin mediatico. Una regola analoga a quelle sociolinguistiche, dunque sociosemiotica.

Ragionare ancora, apocalitticamente, in termini di deficit culturale fra emittenti e riceventi, anche se lo si fa in nome di una 'redenzione' acculturatrice di questi ultimi, è non solo errato ma tendenzioso, surrettiziamente portatore di una ideologia e di una cultura che si considerano migliori e, perciò, universali e necessarie. Insomma una forma di etnocentrismo:

Le comunicazioni di massa presentano, come tratto specifico del loro funzionamento, lo scarto e il 'rumore semantico'; e precisamente l'ambiguità dei testi ricevuti secondo codici culturali diversi nel tempo e nello spazio, in correlazione stretta e mal determinata con la stratificazione economica e sociale [...] Denegarla non significa soltanto occultare o sottovalutare i

fenomeni di incomprendione e di ambiguità ma, correlativamente, produrre un'ideologia armata di simboli di sfondamento sociale (ad es. simboli ludico-evasivi, magari giustificati da una cattiva psicanalisi) a cui opporre una cultura serio-colta da cui le classi subalterne resterebbero escluse. Prospettiva apocalittica per cui la cultura di massa, e attraverso questa la cultura colta della classe dominante, si imporrebbe a gruppi sociali culturalmente disarticolati e sprovvisti di grammatica culturale. 4.1.

Il contadino lucano che non coglie il messaggio televisivo non è, come sostengono alcuni sociologi, una sorta di bambinone vittima dei codici più o meno subliminali di cui si serve il sistema di potere degli emittenti – così come il 'primitivo' studiato dagli antropologi non è un buon selvaggio a cui occorre donare un po' di civiltà per migliorarne le condizioni di esistenza. Entrambi sono portatori di culture altre, e quella che viene letta come incapacità interpretativa è in realtà, forse più gravemente, un dissidio antropologico, dunque semiotico. Così, per esempio, la fotografia, la stessa prassi fotografica, è percepita dalle classi medie come "significante di una tempo-

ralità evenemenziale" ('colgo l'attimo'), laddove le classi subalterne la intendono come testimonianza forte di momenti basilari dell'esistenza (eternizzazione delle nascite, delle nozze ecc.). È a livello delle connotazioni che spesso s'insinua la discrasia culturale, non a quello delle denotazioni esplicite. E non sono i grandi codici culturali, a iniziare da quello linguistico, a costituire materia di problema. Su di essi, alla fine, ci si intende. Sono piuttosto i sottocodici propri alle diverse subculture, quelli che permettono l'interpretazione e la valutazione non dei messaggi mediatici in sé, ma delle loro connotazioni sociali: come quando, per fare un altro esempio, si tratta di cogliere uno stile o un tono comunicativo in quanto serio, ironico, informale, sostenuto e simili. Leggiamo ancora:

la teoria del deficit si interdice la comprensione delle caratteristiche specifiche d'uso della cultura di massa da parte della classe contadina e operaia, che ne fruisce in modo, diciamo, appassionato. I sociologi non hanno abbandonato, nella pratica del loro lavoro, la condanna di questa cultura; vengono loro a mancare, però, gli strumenti per verificare l'ambiguità e la de-

codifica aberrante, leggibili solo in una prospettiva differenziale e – di conseguenza – la presa conoscitiva sulle trasformazioni ideologiche, che non si fanno solo nei cieli puliti della cultura colta, ma nel terriccio d'un altrove dove scava la vecchia talpa della trasformazione sociale. Suolo composito, permeato di messaggi poco seri, dove s'impiglia la stessa cultura di chi li denega; d'altronde ogni denegazione ritorna come allucinazione nella pratica della cultura colta. (4.3.)

L'apporto critico della semiotica, in casi del genere, non è dunque un surplus cognitivo a un'analisi sociologica già di per sé avviata, ma un radicale cambiamento di prospettiva, che parte dalla constatazione di come al centro delle dinamiche sociali ci stiano, più ancora che processi comunicativi, fenomeni significativi di più ampio raggio e a più lunga gittata – spesso nascosti, come il diavolo di Flaubert, nei dettagli apparentemente inutili.

7. DITS DIVERS

Tutto il resto, potremmo dire, non è storia ma cronaca: quella che si potrebbe raccontare ris-

pondendo a domande, perfide e discutibili, come: quanto di tutto ciò, e del tanto altro che nel saggio in questione è detto e ripetuto, è stato poi realizzato? e, soprattutto, che cosa? quando? da chi? in che modo? E poi: quanto e cosa è cambiato nel sistema dei media? nei media stessi? nella cultura che supportano? Lo storytelling avrà allora inizio, e sarà polverosa epopea di fedeltà e di tradimenti, di incomprensioni e di ridimensionamenti, di entusiasmi e di delusioni, di scoperte dell'acqua tiepida e di bambini gettati via con la tinozza non ancora putrescente. Si dirà della semiotica successiva che, perduto il primato effimero attribuitole dalla moda strutturalista, si dibatte in contumacia fra ambascie filosofiche e disquisizioni letterarie, tutte belle e utili per carità, se pure parecchio lontane dalle questioni qui dibattute. Si dirà della sociologia anch'essa ulteriore, assai poco riconoscente delle succose offerte che qui le son state proposte, abbarbicata piuttosto nel chiuso di una legittimità disciplinare tanto forzuta quanto evanescente. Si dirà, più in generale, di un sistema del sapere scientifico, umano e non umano, che ha abbandonato ogni interesse transfrontaliero, ogni dibattito epistemologico, tornando – per ovvie

ambizioni di potere – ai vecchi, insormontabili recinti fra teorie e metodologie. Si potrebbe dire altresì di un panorama mediatico – soggetto e oggetto di tutto ciò – non più funzionante per ‘vecchi’ messaggi/testi ma per ‘nuove’ interazioni e condivisioni. E si dirà, non da ultimo, di una ricerca sociosemiotica tanto minoritaria quanto infervorata che, invece, ha insistentemente portato avanti le ipotesi e le aperture, gli auspici e i dubbi espressi in questo saggio a suo modo seminale.²² Tanto altro resterà di ineffabile. A patto, anche qui, di afferrare il senso del termine, cosa tutt’altro che certa. Fabbri: “l’ineffabilità è qualcosa che attende di essere detto, ma non tutto quello che si sa si può dire”. (4.1.2.)

¹ Se la seconda parte del titolo – lo vedremo – pone con un’evidente argomentazione figurativa (fondata su un’isotopia della visione) un’antitesi epistemologica, la

prima sembra fare problema. Perché “in Italia”, se, come vi si dice esplicitamente, non di soli scritti italiani si discuterà nel corso della rassegna? Probabilmente per ragioni

di specularità con un saggio precedente di Fabbri (1966a), intitolato “Le comunicazioni di massa in Francia”, dove invece si discutevano più che altro autori d’Oltralpe. Sul presente saggio, cfr. le osservazioni ‘archeologiche’ di Pozzato (1999), dove si rileva – a dispetto del successivo disinteresse sociologico per le questioni qui sollevate – la sostanziale continuità teorica fra le osservazioni di Fabbri e la sociosemiotica strutturale successiva (su cui si dirà più avanti).

- ² In alcuni saggi di poco precedenti, Fabbri (1966a, 1966b, 1968) già metteva a fuoco la centralità della questione, giusto discorrendo di sociologia, di comunicazioni di massa, di semantica strutturale, e, soprattutto, delle loro interconnessioni.
- ³ Già bacchettata da un sospettoso Eco (1968) in *La struttura assente*. Sulla nozione di struttura in Eco, cfr. Marsciani (1992), Zinna (1992), Paolucci (2010).
- ⁴ Ecco una costante dell’intero lavoro di ricerca di Paolo

Fabbri, quale si evince anche nella recente raccolta di interviste *L’efficacia semiotica* (Fabbri 2017), dove l’autore, in più contesti, ribadisce il medesimo problema: se c’è stato un chiaro avversario teorico della prima semiotica, quello era il determinismo economicista d’ogni marxismo più o meno ortodosso, che andava per la maggiore, nella cultura italiana e non, fra gli anni Cinquanta e Sessanta.

⁵ In Fabbri (1968) leggiamo già che “a uno sguardo appena prospettico, l’insufficienza del discorso sociologico – quindi la crisi della sua capacità esplicativa – è evidente a) a livello metodologico (terziario), dove è sempre sul punto di tradursi in una diversa pertinenza (matematica, naturalistica ecc.), b) al livello descrittivo (secondario) con cui investe il linguaggio-oggetto (primario) della realtà sociale. E, all’interno di ciascun livello, non solo per difetto di omogeneità terminologica, per l’uso di strumenti ope-

rativi mutuati/mutilati dal contesto di altre discipline (psicologia, antropologia...) o tecniche (statistica, economia), ma soprattutto per la radicale mancanza di connessioni gerarchiche, graduate e necessarie, tra le procedure di descrizione (*socio-grafia*) e di estrapolazione teorica (*socio-logia*).

⁶ Fabbri (1966a: 139): "Il 'fatto' è stato a lungo il referente ideale della sociologia delle comunicazioni di massa (e non di questa soltanto); ora è probabile che il senso diventi sempre più l'unità di riflessione della sociologia mediatica francese".

⁷ "Mentre la seconda metà del XIX secolo, per quanto riguarda le scienze umane, è stata dominata dalla nozione di *fatto*, dalla ricerca e dall'accertamento del fatto, dalla supremazia del fatto, nel XX secolo la ricerca è dominata dal *senso*: c'è in questo una sorta di progetto storico collettivo molto grande, che ci oltrepassa tutti e che ci fa attualmente considerare il linguaggio

nella sua accezione più profonda e più estesa; il linguaggio è il continente da esplorare, come se all'esplorazione planetaria dei cosmonauti dovesse corrispondere, sul piano dell'interiorità, l'esplorazione di quel territorio molto poco conosciuto che è appunto il linguaggio o, se volete, la significazione, il senso" (Barthes 1998: 199).

⁸ Cfr. Latour (1991, 1999).

⁹ Cfr. Rastier (2017).

¹⁰ Cfr. Ricoeur (1990). Sul nesso Ricoeur-Greimas cfr. Marsciani (2000).

¹¹ Sulla prassi euristica della cosiddetta 'applicazione' dei modelli cfr. Fabbri (2000).

¹² In un saggio del '67, ora raccolto in Eco (1977: 243 sgg), era venuta fuori l'idea di un 'cogito interruptus'.

¹³ La distinzione fra culture testualizzate e culture grammaticalizzate è in Lotman e Uspenskij (1973). Su questa nozione cfr. Sedda (2012).

¹⁴ Il riferimento, qui, è alle riflessioni sui miti d'oggi di Barthes (1957).

¹⁵ Ci si accosta così all'idea

di 'letteratura consolatoria' proposta da Eco (1964), dove le trovate narrative si formulano a partire da schemi d'azione già noti al lettore. Le storie di James Bond sono partite di scacchi.

¹⁶ Si mette così da canto, senza possibilità d'appello, l'ossessiva ricerca dello 'specifico' dei vari codici mediatici, secondo una catalogazione per sostanze dell'espressione (verbalità, visualità, musica, multimedialità ecc.) che, da Hjeltmlev in poi, non ha alcun supporto scientifico serio.

¹⁷ Sul genere cfr. anche Fabbri (1977).

¹⁸ Tutta la ricerca sul 'consumo produttivo' dei media (da De Certeau in poi), nota giustamente Pozzato (1999: 167), deriva da questo genere di riflessioni.

¹⁹ Il riferimento è alla nota idea di "guerriglia semiologica", formulata da Eco a fine anni 60 in un saggio adesso raccolto in Eco (1973). Cfr. Marrone (2011, cap. 2).

²⁰ Secondo Eco (1999) la ques-

tione del pubblico dei media sarebbe anzi una costante tematica dell'intero lavoro di Fabbri, dal celebre intervento comune a Perugia sulla televisione (Fabbri 1966c) in poi. Su questo intervento perugino cfr. Wolf (1992) e Marrone (2001, cap. 2).

²¹ Discutendo la questione in un saggio del '73 intitolato "Il pubblico fa male alla televisione?" (ora in Eco 1977), Eco cita molto, non a caso, questo saggio di Fabbri.

²² Di questa ricerca, abbiamo il diritto e il dovere di riferire. Fra i principali studiosi che l'hanno perseguita, cfr. Landowski (1989, 1997, 2004) e Floch (1990, 1995). Un reader sociosemiotico curato da Semprini (1990) s'intitola proprio *Lo sguardo semiotico* seguendo il presente monito di Fabbri, traducendolo però, in volume successivo, in *Lo sguardo sociosemiotico* (Semprini ed. 2005). Cfr. poi Marrone (2001, 2010), Pezzini (2008, 2011), Pozzato (2012), Marsciani (2016).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

BARTHES, ROLAND

1957 *Mythologies*, Paris, Seuil.1998 *Scritti. Società, Testo, Comunicazione*, a cura di G. Marrone, Torino, Einaudi.

BASSO, PIERLUIGI E CORRAIN, LUCIA (A CURA DI)

1999 *Eloquio del senso. Dialoghi semiotici per Paolo Fabri*, Genova, Costa&Nolan.

CASSIRER, ERNST

2017 *Lo strutturalismo nella linguistica moderna* (ed. orig. 1945), Roma, Sossella.

ECO, UMBERTO

1964 *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani.1968 *La struttura assente*, Milano, Bompiani.1973 *Il costume di casa*, Milano, Bompiani.1977 *Dalla periferia dell'impero*, Milano, Bompiani.

1999 "Spartacus", in Basso-Corrain eds. (1999).

FABBRI, PAOLO

1966A "Le comunicazioni di massa in Francia: antropologia, sociologia, semiologia", *Rassegna Italiana di Sociologia*, 1.1966B "Azione e senso", *Rassegna Italiana di Sociologia*, 3.1966C (con U. Eco *et al.*), "Per una indagine semiologica del messaggio televisivo", *Rivista di Estetica*, maggio-agosto.1968 "Linguaggio sociologico e semantica strutturale", *Rassegna Italiana di Sociologia*, n. 2.1977 (con Bettetini *et al.*) "Conclusione: prospettive di ricerca semiotica" in *Contributi bibliografici a un progetto di ricerca sui generi televisivi*, Quaderni del Servizio Opinioni Rai-Tv, 299.1998 *La svolta semiotica*, Bari-Roma, Laterza.2000 *Elogio di Babele*, Roma, Meltemi.2017 *L'efficacia semiotica*, Milano, Mimesis

FLOCH, JEAN-MARIE

1990 *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF.1995 *Identités visuelles*, Paris, PUF.

LANDOWSKI, ERIC

1989 *La société réfléchie*, Paris, Seuil.1997 *Présences de l'autre*, Paris, PUF.2004 *Passions sans nom*, Paris, PUF.

LATOUR, BRUNO

1991 *Nous n'avons jamais été modernes*, Paris, La Découverte.1999 *Politiques de la Nature*, Paris, La Découverte.

LOTMAN, JURIJ E USPENSKIJ, BORIS

1973 *Tipologia della cultura*, Milano, Bompiani.

MAGLI, PATRIZIA - MANETTI, GIOVANNI E VIOLI, PATRIZIA (A CURA DI)

1992 *Semiotica. Storia, teoria, interpretazione*, Milano, Bompiani.

MARRONE, GIANFRANCO

2001 *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi.2010 *L'invenzione del testo*, Bari-Roma, Laterza.

MARSCIANI, FRANCESCO

1992 "Modelli e modelle. Rileggendo la sezione D", in Magli-Manetti-Violi eds. (1992).

- 2000 Introduzione a Ricoeur (2000).
2016 *Tracciati di etnosemiotica*, Bologna, Esculapio.
PAOLUCCI, CLAUDIO
2010 *Strutturalismo e interpretazione*, Milano, Bompiani.
PEZZINI, ISABELLA
2008 *Immagini quotidiane. Sociosemiotica del visuale*,
Roma-Bari, Laterza.
2011 *Semiotica dei nuovi musei*, Roma-Bari, Laterza.
POZZATO, MARIA PIA
1999 “Un esperimento di archeologia semiotica.
Intorno a un saggio di Paolo Fabbri sul ‘malocchio della sociologia’”, in Basso-Corrain
eds. (1999).
2012 *Foto di matrimonio e altri saggi*, Milano, Bompiani.
RASTIER, FRANÇOIS
2017 Introduzione a Cassirer (2017).
RICOEUR PAUL
1990 “Entre herméneutique et sémiotique”, *Nouveaux actes sémiotiques*, 7.
2000 *Tra semiotica ed ermeneutica*, Roma, Meltemi.
SEDDA, FRANCISCU
2012 *Imperfette traduzioni*, Roma, Nuova Cultura.
SEMPRINI, ANDREA (A CURA DI)
1990 *Lo sguardo semiotico*, Milano, FrancoAngeli.
2005 *Lo sguardo sociosemiotico*, Milano, FrancoAngeli.
WOLF, MAURO
1992 “Una visita in soffitta”, in Magli-Manetti-Violi
eds. (1992).
ZINNA, ALESSANDRO
1992 “La signora assente”, in Magli-Manetti-Violi
eds. (1992).

LE COMUNICAZIONI DI MASSA IN ITALIA:
SGUARDO SEMIOTICO E MALOCCHIO DELLA
SOCIOLOGIA

Paolo Fabbri