

LE GUIDE GUARALDI

GUIDE BIBLIOGRAFICHE SU TEMI
E PROBLEMI DI CULTURA CONTEMPORANEA

Collana a cura di Omar Calabrese
Comitato di redazione:
Valentino Baldacci, Marcello de Angelis,
Vittorio Giudici, Patrizia Magli,
Gianpasquale Sagomassimo

Dalle scienze progettuali a quelle della comunicazione, dell'educazione e dello spettacolo, dai problemi economici a quelli storici e politici della contemporaneità: questa collana mira a fare il punto e ad offrire, ragionandoli, i necessari strumenti di conoscenza in un panorama disciplinare finora esplorato dalla cultura militante con coraggio, ma ancora privo del momento della riflessione. Questo progetto tende a partecipare, attraverso il contributo critico dei migliori esperti di ogni settore, a quella ricomposizione del sapere che pare la migliore risposta alla crescente domanda di cultura che sale oggi dalla scuola, dall'università, dalle professioni, dai quadri amministrativi e politici, dalle classi popolari in generale.

L. 2.500 (2.359)

76-0157-3

7
LE GUIDE GUARALDI
Le comunicazioni di massa

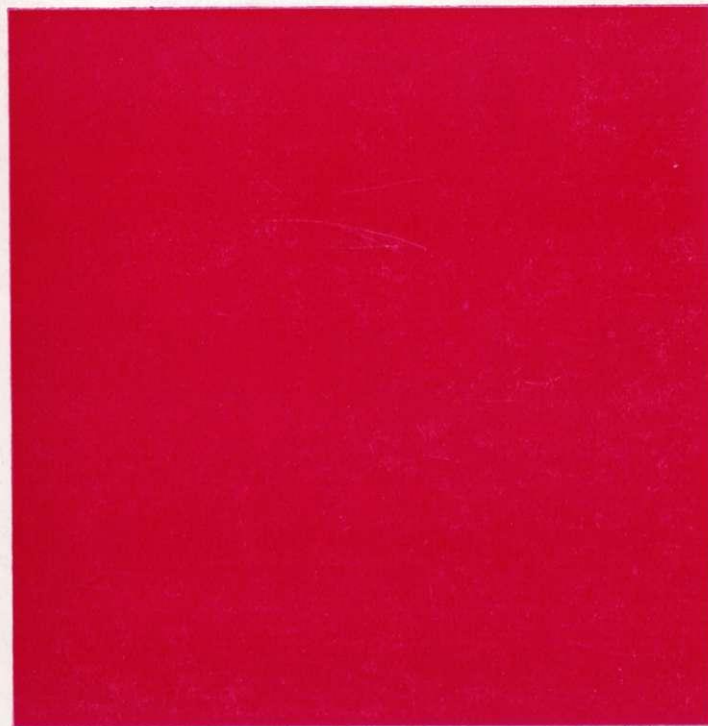
LE GUIDE GUARALDI

7

il punto le interpretazioni la bibliografia su

GLI APPARATI DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

DI MAURO WOLF



Le guide guaraldi

7

GUARALDI ARCHIVE

Mauro Wolf

GLI APPARATI
DELLE COMUNICAZIONI
DI MASSA

Guaraldi Editore

<i>Avvertenza</i>	7
<i>Il punto</i>	
La ricerca italiana sulle comunicazioni di massa	11
<i>Saggio bibliografico</i>	
1. Saggi sullo stato della disciplina. Antologie P. BALDELLI (p. 69); G. BECHELLONI (p. 70); F. ROSITI (p. 71).	69
2. Saggi e contributi teorici per lo studio dei processi di comunicazione di massa P. BALDELLI et al. (p. 72); G. BETTETINI (p. 73); A. DE LILLO (p. 74); U. Eco (p. 75, p. 77, p. 78); P. FABBRI (p. 79); E. GARRONI (p. 80); P. P. GIGLIOLI (p. 81); F. ROSSILANDI (p. 82).	72
3. Saggi e ricerche sull'organizzazione, sui modi di produzione, sulle strutture degli emittenti AA.W. (p. 83); P. BARILE - E. CHELI (p. 83); G. BECHELLONI (p. 85); A. BIANCO (p. 86); G. CESAREO (p. 86, p. 87); R. GRANDI - G. RICHERI (p. 88); F. ISEPPI (p. 89).	83
4. Saggi e ricerche sulla comprensione, memorizzazione, interpretazione, sugli effetti della comunicazione di massa S. ACQUAVIVA (p. 91); S. ACQUAVIVA et al. (p. 92); G. CALVI et al. - A. QUADRIO (p. 93); G. CANZIANI - S. MORICI (p. 94); V. CAPECCHI - M. LIVOLSI (p. 95); M. CESA et al. - F. CANZIANI (p. 97); F. CRESPI - R. CARLI (p. 98); L. DE RITA	91

(p. 100); L. DE RITA et al. (p. 103); C. GRAZIAMI (p. 104); M. LIVOLSI (p. 106); M. LOSTIA et al. (p. 108); R. SIGURTÀ et al. (p. 108).

5. Saggi e ricerche sui contenuti e sulle forme delle comunicazioni di massa	110
5.1. Linguaggio pubblicitario	110
F. ALBERONI (p. 110); F. ALBERONI et al. (p. 112); G. FABRIS (p. 113).	
5.2. Problemi della stampa	114
AA.W. (p. 114); V. CAPECCHI - M. LIVOLSI (p. 115); M. DARDANO (p. 117); A. e F. MANOUKIAN (p. 119).	
5.3. Stampa a fumetti e periodici per ragazzi	121
AA.W. (p. 121); A. IMBASCIATI - C. CASTELLI (p. 121).	
5.4. Cinema	122
A. CALZOLARI et al. (p. 122); G. GALLI - F. ROSITI (p. 123); V. TOMEIO (p. 124).	
5.5. Televisione	125
F. ALBERONI et al. (p. 125); F. ALBERONI (p. 126); AA.W. (p. 128); A. BELLOTTO (p. 129); Centro Studi Televisivi (p. 130); P. FABBRI et al. (p. 131); C. MANNUCCI (p. 132); F. ROSITI (p. 133).	
5.6. Altre forme e altri generi di comunicazione di massa	134
P. BALDELLI (p. 134); F. MONTELEONE (p. 135); E. TIBERI (p. 136).	
5.7. Divismo	136
F. ALBERONI (p. 136); F. ROSITI (p. 138).	
5.8. Pedagogia e comunicazioni di massa	139
P. BALDELLI - E. TARRONI (p. 139); P. BALDELLI (p. 140); G. BECHELLONI (p. 141).	
 <i>Bibliografia generale</i>	
1 Saggi sullo stato della disciplina. Antologia	145
2. Saggi e contributi teorici per lo studio dei processi di comunicazione di massa	146
3. Studi sull'analisi di contenuto	149
4. Saggi e ricerche sulla comprensione, memorizzazione, interpretazione, sugli effetti delle comunicazioni di massa	152
5. Saggi e ricerche sui contenuti e sulle forme delle comunicazioni di massa	155
6. Bibliografie, rassegne bibliografiche, note bibliografiche	166

Avvertenza

Questo libro si compone di due parti: una bibliografia ragionata sugli studi italiani in materia di comunicazioni di massa e un breve saggio sulle tendenze attuali della ricerca in questo ambito.

La bibliografia è ampiamente selettiva e si è basata sui seguenti criteri: limitazioni temporali e limitazioni del tipo di contributi esaminati.

Gli anni considerati vanno dal 1960 al 1976: la scelta è giustificata dal fatto che coincide con l'inizio di un interesse sistematico (sempre nell'ambito italiano) per i problemi delle comunicazioni di massa. Intorno al 1960 infatti, gli studi, in precedenza episodici e casuali, cominciano a coprire con maggior ampiezza e rigore l'area di ricerca. Per quanto riguarda il tipo di lavori considerati si è fatto riferimento essenzialmente alle ricerche empiriche e ai contributi teorici che (direttamente o indirettamente) hanno influenzato l'impostazione della ricerca. Nelle schede bibliografiche relative alle ricerche empiriche si è riportato soprattutto l'oggetto di indagine, la metodologia della ricerca e alcuni dei principali risultati da essa verificati; per quanto riguarda i contributi teorici, invece, la scheda privilegia gli aspetti innovatori del lavoro cercando di fornirne una sintesi.

Le schede che compongono la bibliografia sono suddivise in varie sezioni: a questo proposito occorre precisare che alcune schede avrebbero potuto essere collocate in più di

una sezione. Per evitare ripetizioni e sovrapposizioni, è stata scelta una sola collocazione che naturalmente corrisponde al tipo di lettura che di quel contributo è stato fatto. Collocazioni alternative degli stessi contributi sono altrettanto possibili e legittime. Come è caratteristico delle Guide, i titoli indicati nella bibliografia generale e ai quali è anche dedicata una scheda nel saggio bibliografico sono contrassegnati da un asterisco.

Malgrado il suo carattere selettivo, ci auguriamo che questa bibliografia sia sufficientemente rappresentativa della situazione degli studi italiani sulle comunicazioni di massa.

Il punto

La ricerca italiana sulle comunicazioni di massa

1. Questo saggio si propone di esaminare il modo in cui si presenta oggi lo studio delle comunicazioni di massa in Italia, nei suoi vari aspetti e nelle sue caratteristiche salienti. Anche ad una ricognizione superficiale appaiono con evidenza due fenomeni: l'abbondanza quantitativa di lavori, studi, pubblicazioni dedicate alle varie forme di comunicazione di massa (c.d.m.); la presenza costante (soprattutto nella produzione di specialisti e ricercatori) del tema della crisi delle discipline che si occupano di c.d.m. Fenomeni apparentemente contraddittori e tuttavia determinanti per l'evoluzione di questo campo disciplinare. Si vedrà in seguito come la contraddittorietà delle tendenze citate possa essere spiegata a partire dalle diverse sollecitazioni che da 15 anni a questa parte hanno investito il campo della ricerca sulla comunicazione di massa.

Lo stato di crisi delle discipline che studiano le c.d.m. è un punto che va approfondito. Prima di stabilirne la reale consistenza e le principali cause, mi importa sottolineare un aspetto assunto dal discorso che lo riguarda. Quello sulla crisi si presenta come un discorso introduttivo, cautelativo, marginale, di fatto irrilevante, come una specie di attestazione doverosa prima di passare a cose più serie. All'interno del discorso scientifico esso sta diventando quasi un sottogenere di discorso. Questa tendenza (presente non solo nella letteratura italiana) può assumere alcune modalità più specifiche. Una di queste è rappresentata da un

riconoscimento generico dello stato di crisi, di cui non si approfondiscono eccessivamente le ragioni, ma di cui si auspica con passione il superamento, confidando soprattutto nell'efficacia di un approccio interdisciplinare¹. Preciso che questa difficoltà, o crisi, è denunciata soprattutto dalla sociologia delle c.d.m. e meno dalle altre discipline che si occupano dello stesso oggetto. È infatti ancora possibile trovare isole felici in cui malgrado l'impossibilità attuale di «stabilire un inventario definitivo degli effetti specifici della comunicazione di massa (...), emerge una chiara indicazione riguardante la potenza delle energie dei mezzi di comunicazione studiati»². A prescindere da queste rare, ottimistiche, posizioni, dovute anche a una diversa collocazione disciplinare, per quanto riguarda la sociologia delle c.d.m. il panorama è invece piuttosto omogeneo. Un altro modo di trattare la crisi disciplinare è quello di ridurne la portata e l'importanza. Di sostenere cioè che le difficoltà non costituiscono un motivo sufficiente per rifiutare o negare una lunga tradizione di ricerca che qualche risultato ha pur dato³. Al di là di polemiche d'occasione, nelle sue formulazioni più serie, questa posizione coincide di fatto con l'affermarsi di una pertinenza semiotica sui problemi delle comunicazioni di massa, o comunicativi *tout court*.

Lasciando da parte le dispute sull'«imperialismo» o sulla «ghettizzazione» degli apporti semiotici, resta il fatto che qui il discorso sulla crisi nasce in gran parte come

¹ A questo proposito gli esempi non mancano. Uno fra tutti è il volume di E. TARRONI-B. BARBALATO-E. CALZAVAEA-E. CELLI-F. PECORI: *Prospettive attuali negli studi delle comunicazioni di massa*, Roma, Bulzoni, 1975.

² M. A. CROCE, *Comunicazioni di massa, tecniche audiovisive e società: una valutazione sperimentale*, Bologna, Il Mulino, 1974, pp. 9-10. Tutto il volume è comunque indicativo di un approccio acritico ai problemi della c.d.m. La conclusione del capitoletto dedicato agli studi sociologici sul processo generale della comunicazione, è che i «principi generali verificati sulla base di ricerche sociologiche rigorose, ci permettono di concludere che la cultura di massa non è così superficiale e infantile come è stata considerata» (p. 22).

³ Esemplicativo di questo atteggiamento è F. ROSITI, *presentazione a D. MCQUAIL, Sociologia delle comunicazioni di massa*, Bologna, Il Mulino, 1973.

reazione a una nuova presenza disciplinare nello studio delle c.d.m. Una terza modalità del discorso, abbastanza vicina alla precedente, presenta invece la crisi della disciplina come già avviata felicemente al superamento e prospetta addirittura nuovi compiti e nuovi sviluppi alla sociologia dei mass-media. In questo caso dunque, alla sottovalutazione della portata e dei motivi delle difficoltà, si aggiunge la «rifondazione» della disciplina⁴. Questo discorso ha come proprio punto di riferimento tutta l'area degli scontri politici e sindacali, l'attenzione crescente e la discussione di cui è fatto oggetto il settore c.d.m.

Queste, grosso modo, le modalità secondo le quali è presentato ed esaurito il discorso sulla crisi della sociologia dei mass-media (dei suoi motivi si vedrà in seguito). Si tratta, mi preme ribadirlo, di un modo marginale che, o facendo appello alla interdisciplinarietà, o rivalutando i contributi della *communication research*, o prefigurando funzioni socialmente nuove alla disciplina, di fatto nega la centralità della sua crisi. Mentre, invece, le difficoltà che ormai da tempo sono comuni a chi si occupa di ricerca in questo campo non sono un elemento irrilevante né senza conseguenze sul tipo di lavoro che è possibile fare, ma rappresentano al contrario un nodo cruciale, con cui ci si trova a dover fare i conti sia sul piano delle ipotesi teoriche che su quello delle metodologie usate, sia infine per quanto riguarda la significatività dei risultati ottenuti⁵. Se esista o meno una crisi della disciplina non è una questione irrilevante: lo diventa se ci si limita a riproporre il problema in questi termini. È il caso invece di analizzare i motivi delle difficoltà, di esplicitarne le cause. Ciò significa non solo in-

⁴ L'esempio più recente di questa impostazione si trova in G. FABRIS [a cura di], *Sociologia delle comunicazioni di massa*, Milano, Angeli, 1976.

⁵ A dare un'idea della difficoltà che ostacola questo settore di studi basta pensare che discorsi di questo tipo non sono certo nuovi: 12 anni fa venivano dette circa le stesse cose a proposito della crisi della disciplina. Cfr. U. ECO-P. FABBRI-P. P. GIGLIOLI-F. LUMACHI-T. SEPPILLI-G. TINACCI-MANNELLI, *Prima proposta per un modello di ricerca interdisciplinare sul rapporto televisione/pubblico*, Perugia, 1965.

dividuare lo sviluppo storico e la gestione della ricerca, ma anche considerare il paradigma teorico oggi disponibile.

2. Sia pure con le differenze viste prima, il tema della crisi della disciplina è diffuso nella letteratura sui mass-media e abbastanza omogenea è pure l'identificazione dei motivi e delle cause delle difficoltà. In effetti la gestione della ricerca è stata tanto spesso condizionata dalle necessità degli emittenti e le carenze teorico-metodologiche tanto vistose, che almeno su questi motivi sarebbe difficile non trovarsi concordi. Tuttavia esistono anche differenze significative (sempre a proposito delle cause della crisi), che sarebbe senz'altro sbagliato attribuire solo a divergenze di scuole o a difese del proprio campo disciplinare. Occorre dunque tener conto di una serie di elementi su cui esiste un accordo generale, ma anche di alcuni temi che vanno ulteriormente discussi. Per analizzare entrambi questi punti mi rifaccio alle posizioni e agli autori più noti.

2.1 Il primo autore a cui fare riferimento è G. Bechelloni che in alcune pagine di un suo recente lavoro⁶ affronta appunto il tema della crisi della sociologia delle c.d.m. In sostanza Bechelloni centra il suo discorso su tre critiche che vengono mosse alla letteratura esistente, e cioè la debolezza delle tecniche di analisi impiegate (soprattutto l'analisi di contenuto), l'aver identificato la problematica generale delle c.d.m. con quella degli effetti delle c.d.m., l'impostazione sociologica struttural-funzionalista della *communication research*. A tali critiche Bechelloni contrappone due considerazioni e cioè che di fatto non tutta la problematica sui mass-media si è esaurita nello studio degli effetti (esistono anche ricerche sugli emittenti, ad es.) e che comunque la tradizione della *communication research* (che ha marcato profondamente anche la ricerca italiana, almeno fino alla fine degli anni '60) ha consentito di ottenere qualche risultato da cui non si può prescindere. Il campo di-

disciplinare — zona d'interferenza con molte altre discipline — è comunque caratterizzato, secondo l'autore, da un'autonomia limitata e dal fatto che si rende sempre più necessario passare dagli aspetti micro a quelli macro, cioè utilizzare un quadro di riferimento teorico pertinente all'intero processo comunicativo. Per superare le capacità conoscitive che il quadro teorico ed empirico della sociologia dei mass-media ha finora consentito, occorre dunque «prospettare un passaggio da indagini parcellari e divise — segregate e confinate in ambiti disciplinari circoscritti o periferici — a indagini di tipo generale e comprensivo capaci di tenere sotto controllo tutto il campo culturale»⁷. La sociologia delle c.d.m. finisce dunque col trasformarsi in una sociologia dei fatti culturali in cui siano affrontati i problemi relativi alla comunicazione culturale.

2.2 Un secondo modo di analizzare la crisi della sociologia delle c.d.m. è quello che si trova espresso in alcune pagine di G. Fabris⁸. Le conoscenze accumulate sui processi di comunicazione di massa sono — secondo l'autore — caratterizzate dalla asistematicità nella raccolta dei fatti, dalla loro natura parziale ed episodica, dal fatto di basarsi sulla considerazione di variabili strutturali ridotte a meri criteri nominalistici; e ancora, la ricerca in genere ha assolto una funzione legittimante nei confronti delle esistenti strutture di comunicazione e si è realizzata mediante «una scotomizzazione degli effetti considerati da influenze più globali».

⁶ G. BECHELLONI, *La macchina culturale in Italia*, cit., p. 19. In un precedente lavoro Bechelloni, sempre a proposito del campo culturale, identificava tre livelli d'analisi: «1) la sociologia dell'emittente (analisi del ruolo degli operatori culturali nel contesto dei rapporti sociali che caratterizzano la produzione culturale); 2) la sociologia dei contenuti (individua le ricorrenze oggettive riscontrabili nell'apparente caos del mercato culturale); 3) la sociologia dell'accesso (quantità e qualità dei rapporti che intercorrono tra i prodotti culturali e le varie fasce della popolazione (...)). La regolarità delle condotte [costituisce] l'unico accertamento reale degli effetti della comunicazione culturale». G. BECHELLONI, *Politica culturale e regioni*, Milano, Ed. di Comunità, 1972, p. 164. Curioso notare come sotto l'esigenza di un'analisi globale del processo comunicativo rispunti sempre il vecchio paradigma teorico laswelliano E M R.

⁷ G. FABRIS (a cura di), op. cit., pp. 9-23.

⁸ G. BECHELLONI, *La macchina culturale in Italia*, Bologna, Il Mulino, 1974, pp. 56-69.

Soprattutto però, la disciplina è stata attraversata da due tendenze che l'hanno ugualmente sconnessa: da un lato un'euforia empirica esercitata astoricamente (e qui il riferimento è alla *communication research*), dall'altra una riflessione critica capace sì di cogliere i nessi tra strutture comunicative e contesti socioeconomici, ma scissa da concrete ipotesi di lavoro e quindi destinata a divenire «una strada pleonastica e scontata» (e qui il riferimento è anche alla scuola di Francoforte). Questo stato di cose è superabile solamente se la sociologia delle c.d.m. terrà conto dei movimenti reali che si svolgono nella società e saprà quindi far fronte alla nuova domanda di conoscenza, alla nuova utenza che oggi si pone come unico interlocutore valido. «Da questi nuovi pubblici emergenti scaturisce, per la sociologia delle comunicazioni di massa, un nuovo tipo di domanda conoscitiva che illumini sui meccanismi di condizionamento e di controllo ideologico, che sveli, al di là di spesso ingannevoli apparenze, i contenuti della comunicazione e l'ideologia delle fonti»⁹. Una delle ragioni, o forse, la ragione che determina il superamento delle difficoltà della disciplina sta quindi nella diversa consapevolezza sociale dell'importanza dei temi relativi alle strutture comunicative: «l'aspetto più qualificante del nuovo modo di porsi dell'impegno sociologico va individuato nel suo coinvolgimento politico e partecipativo»¹⁰.

2.3 Un'analisi più approfondita ed articolata della crisi, è svolta da F. Rositi in *Contraddizioni di cultura*¹¹. Innanzi tutto essa è ricondotta all'assenza della garanzia di un'autorevole tradizione scientifica (per quanto riguarda questo oggetto di studio). Del resto, la tradizione scientifica esistente oscilla tra ricerche empiriche volte all'integrazione e alla legittimazione della gestione dei mass-media da un lato, e

⁹ *Op. cit.*, p. 15.

¹⁰ *Op. cit.*, p. 23.

¹¹ F. ROSITI, *Contraddizioni di cultura*, Firenze, Guarnaldi, 1971, pp. 11-27. Il capitolo s'intitola significativamente «La crisi della sociologia delle c.d.m. come trasformazione del suo pubblico».

visioni-profezie macrosociologiche negative, dall'altro. Tutto ciò ha sedimentato una conoscenza ideologicamente ambigua e di carattere genericamente contemplativo. Su questa base si sono innestati due fattori fortemente conflittuali con il tipo di conoscenza esistente: in primo luogo la riconsiderazione dei rapporti tra conoscenza e domanda di conoscenza (in relazione alla struttura dei concreti rapporti sociali), in secondo luogo le modificazioni dell'oggettivo campo di studio. Si è verificata una ristrutturazione del campo degli utenti possibili: «una volta che si sia riconosciuto che le lotte contro l'industria culturale costituiscono l'emergenza di una novità storica a carattere relativamente permanente e di importanza centrale per l'intera organizzazione sociale, [si deve anche] riconoscere che gli studi sulle comunicazioni e la cultura di massa subiscono sollecitazioni pratiche finora mai sperimentate»¹². La mutazione del quadro dei conflitti sociali, con la maggior importanza assunta dai settori legati ai processi comunicativi, fa sì che si determini una riconversione delle risorse scientifiche, sia nell'ambito dell'organizzazione della ricerca, sia per quanto riguarda il quadro teorico e concettuale utilizzato nella ricerca. Di fatto questa riconversione e «l'occupazione politica» dei settori comunicativi, oltre a domande di conoscenza nuove che derivano dalle contraddizioni sempre più manifeste, determinano il superamento della crisi della sociologia delle c.d.m., o almeno una diversa collocazione della disciplina stessa.

2.4 Un'analisi che sviluppa in modo ancora più articolato il discorso sulla crisi è svolta da L. Haendel che rileva da un lato la crescente centralità del problema delle c.d.m. nella società, dall'altro la progressiva marginalità degli studi sulla materia. Da questa contraddizione — che «fotografa» la crisi — si cerca di uscire proponendo come obiettivo una visione e un'analisi globali del processo di comu-

¹² *Op. cit.*, p. 26. Per un ampliamento di questa direzione, si veda: Federazione Unitaria Lavoratori Poligrafici e Cartai-Istituto di Sociologia della Facoltà di Scienze Politiche, Milano, corso 150 ore, 1975, *Informazione di massa e lotta sindacale*, Roma, Nuove Edizioni Operaie, 1976.

ideazione, tali cioè da comprendere ogni variabile e ogni interrelazione tra variabili. Di fatto, da obiettivo questo è diventato «figura retorica», prefazione d'obbligo di ogni ricerca, anche la più settoriale e frammentaria. D'altra parte, «davanti alla constatazione della frammentazione nella ricerca sulle c.d.m. il pericolo è di continuare a «scoprire» questa frammentazione, conservando un atteggiamento sostanzialmente agnostico rispetto ai modi concreti per superarla, e proponendo, di volta in volta, sfumature diverse nella formulazione del problema, che possono costituire in realtà piccolissimi passi in avanti»¹³. L'aspirazione stereotipata ad «analisi globali» del processo di comunicazione e la continua «scoperta» e riproposta della frammentazione rappresentano i limiti di un circolo chiuso in cui la ricerca si trova: «da questo circolo chiuso, che vede la ricerca spesso scavalcata da istanze di metodo e le istanze di metodo cristallizzarsi in rivendicazioni, esiste il pericolo concreto di non uscire per lungo tempo»¹⁴.

Haendel sostiene che questo punto non si supera con riformulazioni teoriche, ma invece attraverso un esame delle caratteristiche della ricerca in rapporto al tipo di domanda di conoscenza che fino ad oggi ha originato la ricerca. In altre parole, la lamentata settorialità della conoscenza e della ricerca va vista come conseguenza della settorialità della domanda. Il che significa individuare le «occasioni tipiche» della domanda di conoscenza: si può dire che esse sono sostanzialmente due. Quella di tipo operativo-settoriale (legata ad apparati di produzione di messaggi, e quindi centrata prevalentemente sulla composizione del pubblico, sui processi di ricezione e sull'efficacia dei messaggi), e quella di tipo descrittivo-teorico generale (realizzata in modo svincolato dagli apparati di produzione e scissa da finalità operative immediate). Entrambe queste «occasioni tipiche», pur differendo negli scopi, nelle metodologie, nelle conoscenze

¹³ L. HAENDEL, *Osservazioni sul dibattito in corso nell'ambito del Centro interuniversitario di Scienze della Comunicazione*, «Bollettino Informativo del Centro Interuniversitario di Scienze della Comunicazione», 2, 1976, p. 10.

¹⁴ *Ibidem*.

elaborate, coincidono in un punto: «nell'adequarsi al modello complessivo di comunicazione tradizionale, analizzandone le varie articolazioni e mettendole in relazione, ma senza mai mettere in discussione le caratteristiche di questo modello, considerato molto di più nella sua «naturalità» che nel suo sviluppo storicamente determinato»¹⁵. È proprio il «modello di comunicazione»¹⁶ quale si è sviluppato storicamente e quale ci è stato proposto dagli emittenti tradizionali, che sembra in via di superamento: si sta delineando un soggetto storico nuovo, interessato in primo luogo a un «fare comunicazione» diverso e quindi a un diverso sviluppo delle discipline che di questo tema si occupano. «Questo rapporto [cioè quello tra emittente e pubblici], visto dalla sociologia tradizionale solo nei termini di efficacia persuasoria a breve termine, o, al massimo, di effetti a lungo termine, viene ora impostato, nell'ambito di un processo rigorosamente oggettivo, in termini di *adeguatezza* o meno dell'apparato nel suo complesso ai *bisogni* (già formulati o espressi solo parzialmente) di una società civile composta di individui concreti»¹⁷. Esiste quindi una nuova domanda che non è solo domanda di conoscenza diversa sui fenomeni comunicativi nella loro complessità, ma è anche domanda di fare comunicazione in modo diverso, più attivo.

Dall'altra parte (cioè dalla parte dei ricercatori) c'è una ansiosa ricerca di soluzioni o rimedi alla crisi. Si tratta dunque di due tendenze che sembrerebbero complementari e che invece si incontrano solo parzialmente. Qui sta l'interesse del discorso di Haendel il quale analizza il significato e il ruolo di questa «nuova domanda di conoscenza». «La domanda di conoscenza non viene rivolta a intellettuali e ricercatori in quanto tali, ma investe coloro che lavorano nell'organismo di produzione in quanto *operatori generici*. Sono questi operatori-ricercatori che cercano nel repertorio

¹⁵ *Op. cit.*, p. 11.

¹⁶ Per quanto riguarda il «modello di comunicazione» in generale e il «modello televisivo» in particolare, si veda R. GRANDI, *Riforma, ricerca, sperimentazione*, in F. COLOMBO, R. GRANDI, N. RIZZA, *Radio e Televisione*, Firenze, Guarraldi, 1977.

¹⁷ L. HAENDEL, *op. cit.*, p. 12.

delle categorie scientifiche vecchie e nuove gli elementi per rispondere alla domanda di indicazioni di produzione (...). Il rapporto di una nuova committenza (...) *si svolge in due tempi*: da una parte le esigenze di produrre comunicazione secondo criteri nuovi di partecipazione e di decentramento impegnano determinati intellettuali, all'interno dell'apparato, in qualità di operatori generici, non in quanto ricercatori; dall'altra, questi intellettuali cercano dentro le conoscenze acquisite dalla ricerca le indicazioni operative di volta in volta necessarie. *È in particolare in questo secondo momento che appare una strutturale inadeguatezza delle discipline così come sono strutturate a interpretare la realtà da un punto di vista globale e a fornire indicazioni di lavoro concreto conseguenti*¹⁸. Si tratta, a mio giudizio, di un'osservazione molto importante perché apre il discorso sulle effettive dimensioni della crisi della disciplina e soprattutto sui rapporti tra committenza (nuova), domanda di conoscenza (nuova) e paradigmi teorici (vecchi). Un esempio è dato dallo stesso Haendel che parla del tentativo di riutilizzare categorie analitiche tradizionali in senso adeguato alle richieste di un diverso modello comunicativo. Mi sembra, in altre parole, che il rapporto tra «nuova committenza» e crisi della sociologia delle c.d.m. sia probabilmente più complesso di quanto alcune posizioni in precedenza citate non facciano credere¹⁹.

Ho citato, sia pure brevemente, questi autori, perché tutti concordano nell'attribuire un ruolo decisivo alle modificazioni avvenute nell'utenza (presente e futura) della ricerca, e al diverso peso che ha assunto il mercato dei beni simbolici. Si potrebbe dire che questo tipo di interpretazione delle cause della crisi risponde a una logica «esterna» alla disciplina stessa, coincidente con il suo uso sociale: e la stessa logica si ripropone a livello di sbocco della crisi, sia esso una rifondazione in un'altra disciplina più globale, sia esso una diversa e nuova gestione sociale della ricerca.

¹⁸ *Op. cit.*, pp. 13-14; corsivo mio.

¹⁹ In questa direzione, si veda il saggio di R. Grandi, citato.

2.5 Esiste però anche un tipo di analisi della crisi che si differenzia da quelli fin qui citati. Mi riferisco a un saggio di P. Fabbri²⁰ che centra il suo discorso soprattutto sulle causalità interne alla pratica teorica della disciplina. È infatti soprattutto a questo livello (pur riconoscendo anche una serie di motivi esterni che hanno disarticolato il campo di studi) che il funzionamento disciplinare appare più restio a prendere atto di difficoltà ormai vecchie. Parafasando alcuni spunti del saggio, si può dire che internamente al paradigma teorico della sociologia delle c.d.m. vi sono due grosse difficoltà: una, generale, relativa all'opposizione tra 'sociologia correlazionale' e 'sociologia interazionale'²¹ (cioè una sociologia «che studia le relazioni tra pratiche sociali e processi comunicativi come fattori indipendenti (...)»,[e] una sociologia che ricusa l'opposizione: non c'è distinzione tra le categorie semiotiche e quelle sociologiche, come non c'è distinzione tra misurazione fisica e quella sociale che opera su fatti informati di significazione»²²); una seconda difficoltà è invece interna a quella

²⁰ P. FABBRI, *Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia*, «VS», 5, 1973.

²¹ Su questo argomento che rappresenta una grossa frattura nell'ambito della teoria sociologica, si è sviluppato un importante dibattito le cui posizioni più significative sono rappresentate da: D. SUDNOW (ed.), *Studies in Social Interaction*, New York, The Free Press, 1972; J. DOUGLAS (ed.), *Understanding Everyday Life*, Chicago, Aldine, 1970; R. TURNER (ed.), *Ethnomethodology*, London, Penguin, 1974; E. VERON, *Linguistique et sociologie: vers une logique naturelle des mondes sociaux*, «Communications», 20, 1973; H. P. DREITZEL (ed.), *Recent Sociologi*, n. 2; *Patterns of communicative Behavior*, London, McMillan, 1970; per una critica alle posizioni degli autori precedenti, B. MCSWEENEY, *Meaning, Context and Situation*, «Archives Européennes de Sociologie», XIV, 1, 1973; P. P. GIGLIOLI (a cura di), *Linguaggio e società*, Bologna, Il Mulino, 1973; F. ORLETTI, *Linguaggio e contesto: verso una teoria della competenza comunicativa*, «La Critica Sociologica», 26, 1973; J. MCKINNEY-E. TIRYAKIAN (eds.), *Theoretical Sociology*, New York, Appleton, 1970; il numero monografico dedicato alla sociolinguistica sulla «Rassegna Italiana di Sociologia», IX, 2, 1968; V. CAPECCHI, *Struttura e tecniche della ricerca*, in P. Rossi (a cura di), *Ricerca sociologica e ruolo del sociologo*, Bologna, Il Mulino, 1972, in particolare il par. 7.

²² P. FABBRI, *op. cit.*, pp. 59-60.

che è stata la base canonica di ogni studio sui mass-media, cioè il paradigma laswelliano E M R. Più in particolare, questa seconda difficoltà riguarda alcuni punti cruciali quali l'impostazione sperimentale nello studio della ricezione (con connessa focalizzazione sugli effetti a breve termine) sulla base di un modello stimolo-risposta; un notevole sorvolo sui problemi relativi agli emittenti e alle loro pratiche discorsive; il costante ricorso alla tecnica di analisi di contenuto (che per i presupposti teorici sui cui è fondata non giunge «ad una rappresentazione sistematica dei testi analizzati ma da una certa 'resa' funzionale alle ipotesi di ricerca»²³); la mancata interrogazione sulla logica delle tecniche d'elicitazione impiegate e sulla loro non irrilevante influenza sui risultati ottenuti. E vero che soprattutto per quanto riguarda il problema degli effetti ci sono stati spostamenti anche notevoli nelle ipotesi di ricerca (ad es. il modello degli *uses and gratifications* e tutta la relativa ricerca empirica, soprattutto inglese), ma tutto sommato il paradigma teorico complessivo oggi disponibile alla sociologia dei mass-media lascia insoluti ancora numerosi problemi. Verso la loro soluzione agiscono ora pertinenze diverse, soprattutto quella semiotica e sociolinguistica, che possono portare modificazioni sostanziali sia a livello teorico che metodologico. In definitiva non è sufficiente «raffinar lo strumento di indagine, [occorre] ripensarlo entro un paradigma nuovo, integrando lo studio delle forme significanti all'analisi fondata sugli eventi discorsivi: cioè sull'interlocuzione effettiva, entro pratiche significative concrete»²⁴. Cercherò di affrontare in seguito alcuni problemi specifici relativi al nuovo paradigma teorico che attraversa la disciplina, vedendo anche il tipo di ipotesi di ricerca che diventa possibile elaborare e soprattutto il tipo di «rilettura» dei dati esistenti che alcune ipotesi particolari consentono di proporre.

Vorrei ora sottolineare la distanza che passa tra questa analisi della crisi e le precedenti: qui ci troviamo

²³ *Ibid.*, p. 75.

²⁴ *Ibid.*, p. 87.

di fronte alla scomposizione dei concetti e delle procedure-base della ricerca, per manifestarne le capacità esplicative e i limiti interni. È riconosciuta anche l'importanza e il ruolo di una serie di fattori esterni che hanno contribuito a una diversa configurazione sociale della disciplina, ma essenziali rimangono i motivi legati all'apparato concettuale. Probabilmente esistono oggi discipline con capacità esplicative più adeguate e tali comunque da consentire una riformulazione delle tradizionali categorie d'indagine. Non tener conto di questo fatto (che è cruciale) porta forse a sopravvalutare le possibilità di un prodotto significativo legate alla nuova committenza²⁵.

2.6 Ma a questo punto vorrei fare alcune osservazioni sulla base di questa (sia pur sommaria) rilevazione dello stato di crisi della disciplina e del dibattito che ha generato. Mi sembra possibile individuare alcune strategie di ricerca che attraversano la letteratura italiana negli ultimi 15 anni.

Le principali sono: 1) un numero cospicuo di ricerche a livello intermedio, di tipo prevalentemente sociologico, nel senso cioè che fanno uso delle tradizionali variabili sociografiche e si attengono alle ipotesi tipiche della *communication research*, sfociando il più delle volte in una ennesima riconferma di queste. Vi è inoltre la prevalenza di ricerca empirica, basata su campioni più o meno rappresentativi, con uso di tecniche di indagine quali interviste, questionari e analisi di contenuto. Assai raro l'impiego dell'osservazione partecipante. Con una certa dose di approssimazione si possono identificare i principali promotori e committenti di questo tipo di ricerche in enti quali la RAI, fondazioni private, istituti di ricerca, università. Questa strategia di ricerca, insieme alla successiva, rappresenta certo la parte più ampia di quanto è stato prodotto sui mass-media in Italia; 2) un numero ancora cospicuo di ricerche empiriche parcellari, basate su campioni di universi di messaggi, con uso dell'analisi di contenuto (solo ultimamente si è cominciato

²⁵ I. CIPRIANI, *Premio Italia. Il centro e la periferia dell'Impero*, in «Rinascita», 38, 1976, p. 36.

a ricorrere a differenti tecniche d'analisi, evitando di usare campioni spesso scarsamente rappresentativi, ma centrando invece l'analisi sulla scelta di testi particolarmente rilevanti rispetto alle ipotesi di partenza). Queste ricerche, giunte alle conclusioni, dimenticano la parcellarità esibita nel corso del lavoro, mettendo in atto estrapolazioni e generalizzazioni sia a monte che a valle, cioè sia sulle intenzioni e le modalità produttive degli emittenti, sia sulle modalità di produzione di senso dei pubblici riceventi. Il committente si può ritenere più o meno lo stesso del precedente gruppo di lavori. Un'osservazione comune che riguarda la logica di questo modo di fare ricerca è che spesso viene scarsamente esplicitato il problema dell'organizzazione generale della ricerca stessa, e cioè, ad es., i rapporti tra tema del lavoro, committenza e fruitori della ricerca (reali o potenziali), e ancora elementi interni al lavoro come i problemi posti (o ignorati) dalla scelta di una metodologia piuttosto che di un'altra, e l'influenza di ciò sulla significatività dei risultati; 3) una strategia differente è presentata da un filone (recente o forse recentissimo) di lavori d'analisi delle strutture degli apparati emittenti. E un po' la «faccia nascosta» (finora) della sociologia delle c.d.m.: l'impostazione di questa strategia di ricerca è differente anche nei metodi, richiamandosi ad analisi di tipo socio-economico, di sociologia dell'organizzazione ecc. La base è costituita da dati ufficiali, censimenti, rilevazioni statistiche, ricostruzioni e comparazioni tra fonti diverse: l'aspetto più problematico di questo approccio risiede appunto nella provvisorietà dei dati e nelle fonti da cui essi provengono, spesso sospette o inattendibili (per eccesso o per difetto). Si tratta, come detto, di un settore d'indagine nuovo e quindi anche la committenza non è del tutto stabilizzata: finora comunque è stata svolta da forze che non sono istituzionalmente finalizzate alla ricerca, come ad es. sindacati, enti locali, intellettuali operanti all'interno degli enti emittenti, in parte anche istituti universitari ecc. Ma in genere è proprio su questo terreno di indagine che si sviluppa la nuova committenza; 4) una diversa strategia di ricerca (ma ancora slegata da indagini empiriche) è formata da una se-

rie (sempre più numerosa) di contributi teorici, relativi soprattutto a pertinenze semiotiche e sociolinguistiche. Solo negli ultimi tempi si sta realizzando qualche concreto tentativo di tradurre operativamente questo tipo di lavoro, ma esistono difficoltà riconducibili in parte alla relativa novità degli approcci proposti, in parte (soprattutto) alla scarsa ortodossia rispetto ai tradizionali canoni di scientificità sociologica accademica. Sedi di produzione di questo tipo di conoscenza sono finora soprattutto alcuni istituti universitari, anche se inizia ad esserci qualche intervento di enti ed istituti di ricerca; 5) un'ultima parte della letteratura è rappresentata da una massa vastissima di discorsi, dibattiti, tavole rotonde, convegni ecc., senza legami né con i risultati empirici o le ipotesi di ricerca praticate o praticabili né con gli apparati teorici in qualche modo rilevanti. È questo il vero settore esposto al «logorio del quotidiano»²⁶ e rappresenta soprattutto il risultato della strategia d'occupazione del potere politico verso questi problemi.

Questa rapida classificazione delle attuali strategie di ricerca serve soprattutto per identificare i nodi di superamento della crisi della disciplina. Mi sembra abbastanza chiaro che la terza e la quarta strategia presentano le maggiori novità e interessi non solo in quanto rompono con la produzione scientifica precedente ma anche perché permettono di elaborare un modello diverso di comunicazione.

Ciò è dovuto al fatto che tali strategie sono la risposta meno incompleta ad una crisi complessa, formata da aspetti distinti che occorre cogliere nella loro diversità. Ci sono cioè due anime nella stasi disciplinare: una per così dire «politica», l'altra «teorica». La prima è riconducibile al fatto che c'è stata quasi esclusivamente una committenza originata da, e legata a, un modello storicamente datato di comunicazione, per cui certi aspetti e problemi del modello stesso non erano proponibili, non venivano affrontati o discussi; inoltre la disciplina si è sviluppata in un periodo in cui il settore delle c.d.m. era attraversato solo marginal-

²⁶ G. BECHELLONI, *La macchina culturale in Italia*, op. cit., p. 57.

mente da conflitti e contraddizioni, oltre al fatto che le funzioni dei mass-media non erano ancora ben definite né essi erano considerati quale terreno di lotta politica; infine la consapevolezza insufficiente ed elitaria del significato e del ruolo dei meccanismi di produzione di senso a livello macrosociale faceva sì che si determinasse una sorta di equilibrio in qualche modo stabile. Oggi tutto questo è saltato, si è modificato piuttosto rapidamente, in modo più o meno omogeneo e lineare: comunque è certo che un equilibrio come quello precedente non è più riproponibile. Quindi la ricerca si può fare diversamente, problemi prima «dimenticati» diventano obiettivi urgenti e la complessità dei temi legati alla produzione culturale non può più essere né negata né ridotta a mere formule. La disciplina assume così configurazioni in parte nuove soprattutto per ciò che concerne la domanda di conoscenza e l'uso sociale di essa: si delinea quindi, almeno provvisoriamente, un modo per superare la crisi. Ma c'è anche un'anima «teorica» della crisi, che, a mio avviso, è difficile, se non improbabile, risolvere automaticamente mediante il superamento «politico» della crisi stessa. Voglio dire che la disciplina si è formata e sviluppata intorno ad un paradigma teorico adeguato a quel tipo di gestione della ricerca, senza mai subire cambiamenti o trasformazioni radicali. Questa constatazione non mira a negare validità scientifica o rilevanza operativa a ricerche fatte nell'ambito della nuova committenza: vuol far notare solo che mentre dal lato «politico» della disciplina c'è stata una grossa e significativa frattura che ha permesso un certo salto qualitativo, dal lato teorico vi è una continuità molto pericolosa. Paradossalmente (ma non tanto) è rimasto e rimane assente tra i temi dibattuti proprio l'interrogativo centrale e precisamente: cosa è un processo di comunicazione, cosa succede quando si comunica, quali sono i dispositivi che costituiscono il processo di comunicazione. A questa caratteristica — che è costante nella sociologia delle c.d.m. e che la determina quale disciplina che si è costruita sulla rimozione del centro del proprio oggetto di studio — si oppongono oggi risposte frettolose, assunzioni generiche unite a

rifiuti di deleghe specialistiche²⁷. È probabile che alla base di questo «vuoto teorico» e di queste risposte, ci sia una rappresentazione pre-semiotica del processo comunicativo (comune del resto alla problematica dell'analisi del contenuto come a quella degli effetti e dei due livelli di comunicazione): «la comunicazione non può essere identificata con la trasmissione da un soggetto ad un altro dell'identità di un oggetto significato, di un senso e di un concetto separabili in linea di principio dal processo di passaggio e dall'operazione significante. I soggetti costituiscono la loro identità e presenza nell'operazione significante e qui gli oggetti-testi sono costituiti e trasformati»²⁸. Se non si ha ben presente la natura sostanzialmente negoziata del processo di comunicazione, serviranno a poco anche quei rapidi cenni agli «aspetti formali della dimensione segnica» che di solito pretendono di esaurire l'analisi di tale processo, ripetendo in maniera ipersemplicità le definizioni di codice, rumore, denotazione, connotazione, funzioni del messaggio, *feedback* ecc. Difficoltà di questo tipo (cruciali in qualsiasi studio sulle c.d.m.) non credo siano risolvibili affidando ogni mutamento a una differente utenza sociale della conoscenza: affermare che «un nuovo corso della sociolo-

²⁷ Molto indicativo in questo senso il contributo di G. FABRIS, *op. cit.*, dove si afferma, ad es.: «Se l'analisi astratta del processo comunicativo ipostatizzando quindi un solo aspetto di un fenomeno sociale complesso come quello della comunicazione, enucleandone quindi i soli aspetti formali nella dimensione segnica ed esaurendo in questa l'ambito dello studio, è una prospettiva ben poco interessante per una ricerca sociologica sulle c.d.m., l'integrazione dell'ottica tradizionale con un'analisi più attenta dei meccanismi del processo comunicativo scomposto nelle diverse articolazioni, viste in continua sinergia con la struttura sociale, è a nostro modo di vedere un utile modo di procedere» (p. 23; corsivo mio). Si ha l'impressione di trovarsi di fronte a una caricatura della problematica semiotica (ma non solo semiotica, più in generale di tutte le discipline che si occupano dei processi comunicativi): impressione confermata alla pagina successiva dove viene attribuita una spartizione dei compiti (sia pure con le cautele del caso) tra sociologo e semiologo (che dovrebbe occuparsi di «fraintendimenti marginali, scostamenti idiosincratici, incomprensioni soggettive, che non compromettono la gestalt comunicativa»). La «guerriglia semiologica» è ormai solo un ricordo, qui siamo al semiologo come assistente sociale della comunicazione.

²⁸ P. FABBRI, *op. cit.*, p. 63.

già delle c.d.m. sarebbe scarsamente comprensibile, e forse non sarebbe nemmeno ipotizzabile, scisso dalle profonde trasformazioni sociali di questi anni e dal profilarsi di una nuova domanda conoscitiva e di una nuova utenza non più coincidente con quella dei tradizionali gestori dell'industria culturale e dell'informazione»²⁹ significa da una parte prendere atto di una serie di trasformazioni reali ma dall'altra (se il discorso si esaurisce in questi termini) significa anche sorvolare su un bel numero di problemi. Tale difficoltà è centrata da Haendel il quale riporta un esempio interessante a proposito dell'uso in senso immediatamente operativo (all'interno di un diverso modello di comunicazione) di alcune categorie analitiche attualmente disponibili nella disciplina (in particolare il concetto di genere). L'utilizzazione consiste nell'usare-in-negativo tali categorie, cioè nel produrre messaggi senza divisioni per generi e senza rottura della contemporaneità. Di questi procedimenti Haendel osserva: «data la mancanza all'interno di queste categorie di una finalità operativa, questo tentativo di *traduzione* si risolveva spesso nel rovesciare una formulazione analitica facendola diventare forzosamente operativa (...). Queste formulazioni analitiche sono state tradotte operativamente con un semplice rovesciamento (...). È quindi in questa fase di «auto-committenza» che l'intellettuale rivolge a se stesso, in questo tipo di esperienze, che appare la settorialità e l'inadeguatezza delle direzioni di ricerca tradizionali nel campo della c.d.m. a interpretare la realtà della sua completezza e a dare indicazioni su come cambiarla»³⁰. C'è da aggiungere che categorie come quella di genere non sono poi tanto prive di finalità operative, anzi è vero il contrario. Il genere all'interno della produzione televisiva (ma anche mass-mediatica in generale) è una delle divisioni operativamente più vincolanti³¹ e in effetti gran parte della cosiddetta ricerca amministrativa ha selezionato il proprio

²⁹ G. FABRIS, *op. cit.*, p. 14.

³⁰ L. HAENDEL, *op. cit.*, p. 14.

³¹ Cfr. a questo proposito alcuni aspetti dei lavori di A. BIANCO, *La videocrazia cristiana*, RAI-TV *cosa/chi/come*, Firenze, Guarnaldi, 1974; G. CESAREO, *La televisione spreca*, Milano, Feltrinelli, 1974.

oggetto di studio proprio secondo questo criterio³². È da notare che in un modello alternativo di comunicazione il concetto di genere (la cui operatività è legata al modello che si vuol negare) è utilizzabile appunto soltanto in negativo. Rovesciando i ruoli comunicativi per mutare il tipo di interazione comunicativa, la nuova committenza si trova così a disporre di categorie teoriche inadeguate. Ma (come si vedrà in seguito), attorno al concetto di genere si stanno sviluppando riflessioni importanti: esso si è rivelato infatti quale uno dei dispositivi fondamentali del processo comunicativo (sia per quanto riguarda i mass-media che sul piano interpersonale) ed ha aperto alla progettazione di una comunicazione diversa nuove prospettive e suggestioni. Da un semplice rovesciamento-negazione (non-genere) si può ora passare a ipotesi molto più articolate che permettono di smontare dall'interno i dispositivi di genere e i suoi meccanismi d'apprendimento. Questi sviluppi mi sembrano esemplari perché mostrano come una inadeguatezza teorica, messa in luce dalla soluzione «politica» della crisi o dalla nuova domanda di conoscenza, è di fatto superata attraverso l'uso di nuove pertinenze (in questo caso soprattutto l'applicazione delle grammatiche testuali). Proporre il superamento della crisi della disciplina esclusivamente in termini di crescita politica (nuova domanda di conoscenza, nuova committenza) comporta, a mio avviso, il pericolo di perpetuare all'interno della nuova configurazione disciplinare, l'uso di paradigmi teorici vecchi, logori e insufficienti, con il risultato di dar luogo a una circolarità della conoscenza, simile a quella che per anni ha caratterizzato la disciplina all'interno della ricerca amministrativa e della ricerca empirica più tradizionale, di dar luogo insomma a una riproduzione più che a una produzione di conoscenza. In altri termini, se ci si limita alla «garanzia» della nuova committenza si rischia che anche quest'ultima sia bruciata dalla riproduzione di un sapere irrilevante ai fini dello stesso avanzamento dei livelli di lotta. Certo, tra le due soluzioni

³² Basta ricordare l'International Conference on the Classification of Television Programmes, Budapest, 13-16 settembre 1973.

della crisi esistono livelli intermedi che devono essere affrontati e gestiti da un lavoro intellettuale organizzato anche politicamente e non scisso dalla pratica sociale e dai modi concreti di produzione industriale dei beni simbolici. Ma se si perde di vista la specificità assolutamente singolare del prodotto (il bene simbolico) e dei suoi modi di circolazione (i processi di comunicazione), allora si ripresentano i rischi di cui sopra. «La sociologia della comunicazione di massa e generale attende dalla semiotica una teoria del significato. Questa può mostrare come la sociologia si distribuisca ai bordi d'una *mancanza a significare* che la costituisce e la regola, nel suo funzionamento e negli apporti esterni che dovrebbero colmare la lacuna»³³.

2.7 Precisati così alcuni punti centrali al discorso sulla crisi della sociologia delle c.d.m., vorrei toccare un altro aspetto rilevante: quello metodologico, vale a dire delle tecniche di rilevazione adottate più frequentemente nella ricerca. Non è certo un discorso nuovo né limitabile alla sola sociologia dei mass-media³⁴, tuttavia all'interno di questa disciplina esso tende ad assumere gli stessi caratteri di marginalità riscontrati nel discorso globale sulla crisi. Infatti, riconosciuta la dubbia validità delle tecniche di rilevazione impiegate, le conclusioni delle ricerche tendono quasi sempre a scordarsi questa fondamentale riserva, trasformandola così in un mero rituale retorico. Poiché invece le scelte metodologiche incidono direttamente sul tipo di conoscenza e sulla significatività dei risultati che fondano poi le generalizzazioni correnti sui mass-media, non si può limitare il discorso a un ambito marginale e procedere come se queste scelte fossero irrilevanti ai fini della verifica delle ipotesi. Lascio da parte i problemi dell'analisi di contenuto che pure hanno rappresentato il centro del dibattito meto-

³³ P. FABBRI, *op. cit.*, p. 100. Su questo argomento si veda, oltre al citato saggio di E. VERON, il saggio di A. CICOUREL, *Sémantique generative et structure de l'interaction sociale*, «Communications», 20, 1973.

³⁴ Due indicazioni, tra le molte che si potrebbero dare, riguardano: G. A. GILLI, *Come si fa ricerca*, Milano, Mondadori, 1971 e P. ROSSI (a cura di), *Ricerca sociologica e ruolo del sociologo*, *op. cit.*

dologico³⁵: la consapevolezza dei vantaggi, degli aggiornamenti della tecnica d'analisi e dei suoi limiti esplicitativi è piuttosto diffusa e approfondita, inoltre i risultati che essa produce sono ormai generalmente considerati con le necessarie cautele. Circa i metodi di rilevazione, vorrei invece trattare tre punti e cioè: il rapporto tra comprensione e verbalizzazione, l'incidenza della situazione sperimentale, il problema della rappresentatività dei campioni. Il rapporto tra comprensione e verbalizzazione, cioè più in generale il significato dell'uso di tecniche quali l'intervista, riguarda direttamente alcune conclusioni tratte a proposito delle capacità di comprensione dei programmi da parte di campioni variamente rappresentativi. La critica su questo punto è centrata sul fatto che si pretende di determinare il grado di comprensione (o incomprensione) di messaggi altamente complessi, sulla base della capacità di tradurre nel linguaggio verbale i propri processi di comprensione. Come notato da molti autori³⁶, questo tipo di «resa metodologica» si basa sul presupposto di un verbocentrismo disattento non solo alla complessità e traducibilità reciproca di codici diversi, ma anche alle dimensioni sociali dei vari tipi di competenza. Questo approccio più che sui processi di comprensione dei pubblici ci informa sui meccanismi di stigmatizzazione dei ricercatori³⁷. Una seconda difficoltà, legata a questa, è inerente all'intervista in se stessa e alle aspettative che vi si determinano. L'intervistato rivolge la propria

³⁵ Due fra i contributi più interessanti sono rappresentati da: P. HENRY-S. MOSCOVICI, *Problèmes de l'analyse de contenu*, «Langages», 11, 1968; J. MARKOFF-G. SHAPIRO-S. WEITMAN, *Toward the Integration of Content Analysis and General Methodology*, in D. HEISE (ed.), *Sociological Methodology*, S. Francisco, Jossey, 1974. Fra i contributi italiani, i più importanti sono: F. ROSITI, *L'analisi di contenuto come interpretazione*, Torino, Eri, 1970; A. DELILLO (a cura di), *L'analisi del contenuto*, Bologna, Il Mulino, 1971.

³⁶ Su questo tema cfr. D. PARISI, *Il linguaggio come processo cognitivo*, Torino, Boringhieri, 1972; P. FABBRI, *op. cit.*, p. 93; U. Eco, *Il pubblico fa male alla televisione?*, «Atti del Convegno su 'Le emittenti radiotelevisione e il loro pubblico'», Torino, Eri, 1974, p. 18.

³⁷ Atti della tavola rotonda su «Orientamenti di ricerca sulla comprensione dei programmi radiotelevisivi», Roma, RAI, Appunti del Servizio Opinioni, 259, 1975, p. 30.

attenzione al tentativo di dare la migliore definizione di sé all'interno del compito che gli viene chiesto di svolgere: «l'intervistato finisce col rispondere implicitamente a una domanda più generale rispetto a quelle specifiche poste dall'intervistatore, e cioè «quale tipo di persona finisco con l'essere se rispondo a queste domande in questo modo?»³⁸.

Le informazioni ottenute saranno allora significative per la descrizione di un'interazione sociale (intervistato/intervistatore) forse più che per l'analisi del fenomeno studiato. Vale la pena citare un bellissimo esempio di Labov, per capire come in una situazione apparentemente «normale» come l'intervista agiscano definizioni operative che riguardano la formalità della situazione, i rapporti di potere che essa instaura, le richieste di «compiti» da assolvere che essa genera. L'esempio illustra le condizioni in cui si svolgono alcune ricerche sulla «deprivazione verbale» in gruppi (socialmente, etnicamente) marginali, e si riferisce ad un'intervista specifica: «The child is alone in a school room with the investigator, a young, friendly, white man, who is instructed to place a toy on the table and say 'Tell me everything you can about this'».

Labov osserva: «the social situation which produces such defensive behavior is that of an adult asking a lone child questions to which he obviously knows the answers, where anything the child says may well be held against him (...). But when we change the social situation by altering the height and power relations, introducing a close friend of the subject, and talking about things we know he is interested in, we obtain a level of excited and rapid speech»³⁹. Il problema è dunque quello di non perdere di vista il tipo di interazione comunicativa che si attua nella rilevazione, nell'intervista e dunque di considerare anche le procedure mediante le quali si definiscono i ruoli a disposizione dell'interazione comunicativa stessa⁴⁰. Mi sem-

³⁸ V. CAPECCHI, *op. cit.*, p. 57.

³⁹ W. LABOV-P. COHEN-C. ROBINS-J. LEWIS, *A Study of the Non-Standard English of Negro and Puerto Rican Speakers in New York City*, Columbia University, 1968, 2 voll., vol. II, pp. 340-341.

Un altro esempio significativo è riportato nella ricerca di A. QUADRIO,

bra che per quanto riguarda le ricerche sulle c.d.m., al di là delle osservazioni sull'insufficienza delle tecniche di indagine, questo tipo di lavoro non sia mai stato fatto.

Il secondo punto riguarda l'incidenza della situazione sperimentale e le distorsioni che essa comporta. La notevole diversità tra normali situazioni di esposizione ai mass-media e la situazione di laboratorio, fa sì che entrino in azione una serie di «effetti» collaterali che incidono direttamente sui dati rilevati. Questo è vero soprattutto per le ricerche sulla comprensione, memorizzazione e interpretazione di programmi televisivi: le situazioni di ascolto normali, socialmente strutturate — i contesti — sono certo diverse da quelle sperimentali, ma è estremamente difficile sapere in che termini tale differenza può essere misurata. È certo che «sapere che si sarà 'interrogati' su un determinato argomento implica nel soggetto, come prima cosa, la necessità di una scelta: quella dell'atteggiamento da assumere (...). Pertanto l'adulto, in mancanza di un chiaro suggerimento da parte del testo (...) sente che può «sbagliare tema» e che può fare una brutta figura. L'attenzione si stacca quindi dall'oggetto per focalizzarsi sulla propria persona»⁴¹. È molto importante essere attenti alla presenza di questo particolare contesto comunicativo che è l'esperimento, perché di solito i risultati sono correlati a variabili come il sesso, l'età, la classe sociale, il grado di scolarizzazione, e così via, mentre è probabile che intervenga come fattore di mediazione anche il contesto comunicativo (e nel caso dell'esperimento, un particolare e importante contesto con influenze sue proprie). La pertinenza di queste osservazioni non è da sottovalutare e non attiene, del resto, soltanto all'elaborazione di tecniche di rilevazione più raffinate.

Alcuni dei problemi esposti in precedenza hanno iniziato a porsi solamente all'interno di un diverso paradigma teo-

Efficacia del magico e del reale nei messaggi televisivi rivolti all'infanzia, Roma, RAI, Appunto del Servizio Opinioni, 202, 1973, p. 204.

⁴¹ R. SIGURTÀ et al., *indagine sulla trasmissione televisiva «Gulp-Fumetti in Tv»*, Roma, RAI, Appunto del Servizio Opinioni, 243, 1974 PP. 123-124.

rico per lo studio dei processi comunicativi. La stessa cosa si può dire per quanto riguarda la rappresentatività dei campioni utilizzati nella ricerca: non mi riferisco solo alla validità statistica dei criteri di formazione dei campioni⁴², ma soprattutto alle variabili in base alle quali il campione è formato. Si tratta cioè di variabili socio-demografiche che forse non sono in grado di mediare *da sole* i complessi meccanismi dei fenomeni comunicativi. È probabile che vari tipi di comportamenti comunicativi non siano interpretabili correttamente con un riferimento *esclusivo* ai parametri prima citati. Sintomatica, ad esempio, è la costante assenza di variabili quali le diverse competenze all'interno dei repertori linguistici, i tipi di situazioni comunicative, le funzioni linguistiche, ecc. Non è un caso, ma una conseguenza del tipo di rappresentazione del processo comunicativo di cui ha disposto per molto tempo la sociologia dei mass-media. Organizzando il lavoro di ricerca anche intorno a queste variabili, si rischierà forse di costruire campioni ancor meno numerosi e «rappresentativi», ma anche di utilizzare ipotesi più articolate e complesse. Certo queste critiche, mosse da autori diversi, hanno scompaginato alcune tecniche di ricerca rendendo ancor più ardua la possibilità di un'indagine corretta sui fenomeni di comunicazione di massa. Ma se è vero che attualmente non esistono alternative metodologiche completamente soddisfacenti, è anche vero che ignorare questi problemi (o fare ricerca come se essi non esistessero) non risolve in nessun modo la crisi della disciplina.

3. Precisata un poco la problematica metodologica, vorrei tornare sulla natura composita della crisi disciplinare, e soprattutto sulle strategie di ricerca attuali. S'è detto prima che due sono le tendenze di ricerca di maggior interesse: quella legata all'analisi degli apparati produttivi (di messaggi) e quella centrata sullo studio del processo comunicativo. Entrambi questi approcci (a volte presentati addirittura co-

⁴² Per questo discorso si veda, tra gli altri, V. CAPECCHI, *op. cit.*, in particolare le pp. 49-55.

me incompatibili sul piano della strategia politica della ricerca) hanno smosso la situazione, contribuendo a colmare «vuoti disciplinari» piuttosto consistenti. Essi costituiscono inoltre la risposta alle due «anime» della crisi. Il primo tipo di strategia di ricerca infatti, è stato possibile dalle modificazioni avvenute a livello strutturale nell'utenza della ricerca e nelle contraddizioni che hanno attraversato le organizzazioni di produzione. L'oggetto di studio si è configurato come prodotto di una nuova domanda di conoscenza che processi reali di trasformazione sociale hanno reso possibile. Questa strategia di ricerca rappresenta quindi un concreto superamento di certi limiti disciplinari. Il secondo modo di superare la crisi è stato reso possibile dall'abbandono del terreno strettamente sociologico, a favore di diversi sviluppi teorici e disciplinari (quelli sociolinguistici, semiotici, psicologici, quelli delle varie tendenze della linguistica contemporanea e della filosofia del linguaggio, ecc.). Al contrario della prima strategia di ricerca, questa seconda può dar l'impressione di una ancor maggiore provvisorietà delle conoscenze, quasi di una dissoluzione tra un numero di variabili scarsamente controllabili, e in definitiva di un'eccessiva lontananza da ipotesi immediatamente verificabili sul piano empirico. Questi due approcci sembrano opporsi e presentare l'uno maggiore applicabilità e rilevanza empirica, l'altro maggiori difficoltà di rilevazione sul campo ma anche maggiori possibilità teoriche. Tuttavia, a mio parere, l'opposizione posta in questi termini (anche se molto diffusa), non riflette i reali caratteri delle due strategie di ricerca (né le loro difficoltà intrinseche). Cercherò quindi di precisare la problematica di questi due approcci.

3.1 Come detto, le ricerche sugli emittenti costituiscono un settore particolare nella letteratura sociologica sulle c.d.m., e ciò è dovuto alla carenza di lavori sull'argomento. Questa, in realtà, va rapidamente risolvendosi non solo nella letteratura internazionale ma anche in quella italiana. Ci sono due osservazioni da fare: in primo luogo vi era carenza non solo rispetto ad altri filoni di ricerca ma anche internamente al settore, rispetto al livello gerarchico azien-

dale studiato. Quando si analizzavano i processi decisionali degli emittenti, lo si faceva di solito limitandosi a livelli gerarchici medio-bassi. Era una conseguenza della struttura sociale della ricerca e del tipo di conoscenza che ad essa veniva richiesta. La carenza era dunque e di materiale, di dati, di conoscenze, e di significatività dei dati ottenuti. La seconda osservazione è che la mancanza di questi studi rivela anche la mancata comprensione delle c.d.m. come istituzioni sociali e dei processi di comunicazione come processi sociali globali, unitari, da affrontare in ogni loro componente. In generale, studiare gli emittenti delle c.d.m. equivale ad affrontare il problema dei processi comunicativi in rapporto alle strutture di proprietà, di controllo, di finanziamento, di organizzazione del lavoro, di processi decisionali, di modi di assunzione del personale, di tipo di forza-lavoro occupata, di forme di socializzazione funzionanti all'interno, e di altri aspetti ancora. In altri termini, il problema è quello di analizzare le componenti che formano e limitano la «libertà» dei comunicatori. In questo senso, una serie di recenti contributi specifici che studiano, ad. es., le caratteristiche delle agenzie di stampa attualmente esistenti in Italia, o il ruolo e la funzione dei comitati di redazione nelle aziende giornalistiche, o la politica del personale che ha caratterizzato l'ente radiotelevisivo, o ancora le fasi di produzione e di realizzazione dei messaggi televisivi, o lo studio del funzionamento del mercato pubblicitario e delle forze ad esso legate, consente di avere un quadro più approfondito e coerente dei caratteri di chi detiene il potere di comunicare attraverso i mass-media⁴³. Ma naturalmente i contributi che si inseriscono in questa linea studiano anche molti altri aspetti e problemi relativi

⁴³ I lavori a cui mi riferisco sono quelli di P. BARILE-E. CHELI (a cura di), *La stampa quotidiana tra crisi e riforma*, Bologna, Il Mulino, 1976 (in particolare i saggi di P. GARETTI e M. C. GRISOLIA, ma tutti i contributi, sia pure nell'ottica giuridico-amministrativa del lavoro, sono interessanti); A. BIANCO, *La videocrazia cristiana*, RAI-TV *cosa/chi/come*, cit; G. CESAREO, *La televisione spreca*, Milano, Feltrinelli, 1974; G. CARCANO, *La Sipra: da un'isola all'arcipelago pubblicitario*, «I Problemi dell'Informazione», 3, 1976.

all'industria culturale, di cui è possibile in questa sede dare solo qualche indicazione bibliografica. Indubbiamente il settore è in rapida crescita ed espansione e alcuni dei nodi centrali nelle strutture e procedure d'emittenza cominciano a venire esplicitati. Mi riferisco non solo ad aspetti come la proprietà, i finanziamenti, le concentrazioni, ecc., ma anche ad aspetti relativi ai modi di operare dei comunicatori in rapporto a certi meccanismi di socializzazione interna o a certe strutture di valori o a certe influenze esercitate dai centri di potere. Il tema dei modi di produrre informazione, con il relativo discorso sulle scelte fatte e non fatte e sui presupposti di tali scelte, è molto presente soprattutto nella letteratura inglese sugli emittenti: mi riferisco ai lavori di J. Tunstall, P. Elliott, J. Halloran. Alcuni saggi di S. Hall lo approfondiscono, affrontando il problema delle influenze esterne sulle c.d.m. e dei limiti strutturali a una comunicazione «perfettamente trasparente». In sostanza si tratta di mettere a fuoco tutte quelle mediazioni che costituiscono il quadro di riferimento entro cui avviene il lavoro di selezione e di messa in forma delle notizie: sono mediazioni complesse non riducibili esclusivamente all'ideologia dell'emittente e alle censure esplicite che su questo sono esercitate. «Broadcasting accomodates itself to the power-ideology nexus by way of a number of crucial intervening concepts. These concepts mediate the relationship of the broadcasters to power. They provide the structure of legitimation which permit the broadcasters to exercise a substantial measure of editorial and day-to-day control without contravening the overall hegemony. At the same time, it is essential to recognise that this orientation of broadcasting within the hegemonic ideology *is not* a perfectly regulated, fully integrated one-dimensional system»⁴⁴. I concetti operativi che mediano le pratiche produttive con l'ideologia dominante, sono quelli di equilibrio (*balance*), imparzialità, oggettività, professionalità (*professionalism*) e consenso. Attraverso questi requisiti, che diventano un mo-

⁴⁴ S. HALL, *External Influences on Broadcasting*, Centre of Contemporary Cultural Studies, Univ. of Birmingham, 1972, pp. 11-12.