

Università di Roma Tor Vergata - Facoltà di Lettere e Filosofia

LS - Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo

LM - Informazione e sistemi editoriali

Sociologia della comunicazione culturale

Introduzione - Modulo B

Docente:

Francesca Vannucchi

A.A. 2008-2009

Produzione della cultura

Molti sociologi hanno creduto **insufficiente** la definizione (di Marx o di Durkheim) di **cultura come prodotto collettivo**.



Come sono prodotti gli **oggetti culturali**?



Quale impatto hanno i **mezzi** e i **processi di produzione** sugli oggetti culturali?

CONSIDERARE



i **meccanismi di produzione e di distribuzione**, le tecniche di commercializzazione (**pubblicità**), l'utilizzo dei **mass media**, il **target**, la creazione di situazioni che mettono in contatto i **potenziali consumatori di cultura** con gli oggetti culturali.

Produzione della cultura

P.M. Hirsch
(1972)

IL SISTEMA DELL'INDUSTRIA CULTURALE



Insieme di **organizzazioni che producono articoli culturali di massa**:
cd, libri di facile lettura, film a basso costo...

Questi oggetti culturali possiedono delle caratteristiche comuni:

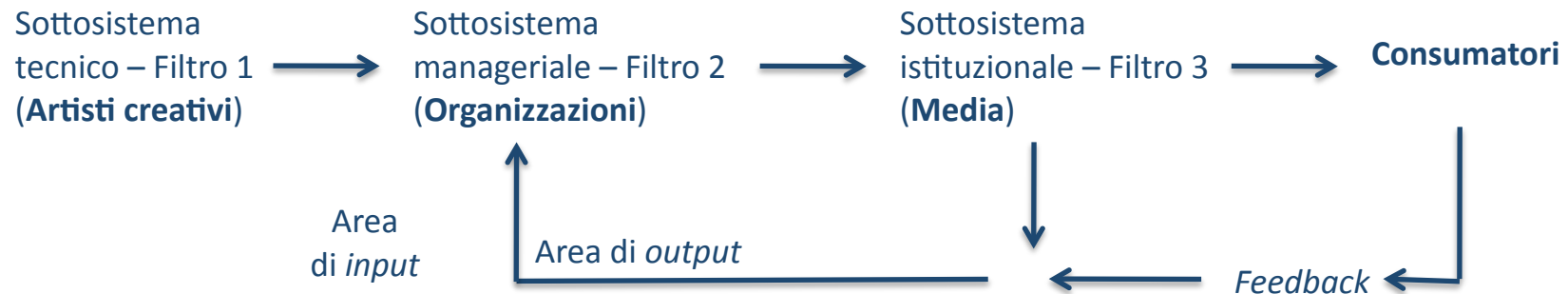


1. incertezza della domanda
2. tecnologia relativamente economica
3. eccedenza di aspiranti creatori culturali



Alla luce di questi fattori, il sistema dell'**industria culturale** opera per regolare e confezionare l'innovazione per **trasformare la creatività in prodotti commerciali e prevedibili.**

Il sistema dell'industria culturale



- Gli **artisti creativi rappresentano un sottosistema che fornisce input al resto del sistema**. Esistono più aspiranti artisti (cantanti, registi, scrittori) di quanti il sistema complessivo richieda. Essi si avvalgono di figure intermedie, i “gestori di confine”, come gli agenti, per portare la loro opera all’attenzione delle organizzazioni produttive; oppure operano come agenti di se stessi.
- Gli **organizzatori compongono il sottosistema che realizza il prodotto**, come le case editrici, gli studi cinematografici, le case discografiche. Tra le strategie adottate: la sovrapproduzione di oggetti pur con la consapevolezza che una parte di essi fallirà sul mercato; i tentativi di influenzare i media e i suoi rappresentanti, i “gatekeepers mediali”.
- I **media sono lo strumento attraverso il quale il consumatore finale, il pubblico, viene a conoscenza dei nuovi prodotti**. Se un quotidiano dà un buon giudizio di un libro, i suoi lettori saranno più propensi ad acquistarlo. Sebbene le **organizzazioni produttive** siano fortemente dipendenti da questa esposizione ai media e lavorino per ottenerla, esse **si adoperano anche per evitare di averne bisogno**.

Il sistema dell'industria culturale

Le organizzazioni produttive si adoperano anche per non avere bisogno dei media.

IN QUALE
MODO?



1. Producendo un bene piuttosto omogeneo oppure
2. convincendo i consumatori di averlo prodotto.

Esempio di bene omogeneo: **LE NUMEROSE COLLANE DI ROMANZI ROSA.**

I lettori conoscono in cosa consiste un romanzo della serie Mondadori-Harlequin. L'editore non ha bisogno di pubblicizzare ogni novità, ma promuove le singole collane, enfatizzando l'omogeneità interna con l'attribuzione di un numero ad ogni nuovo titolo.

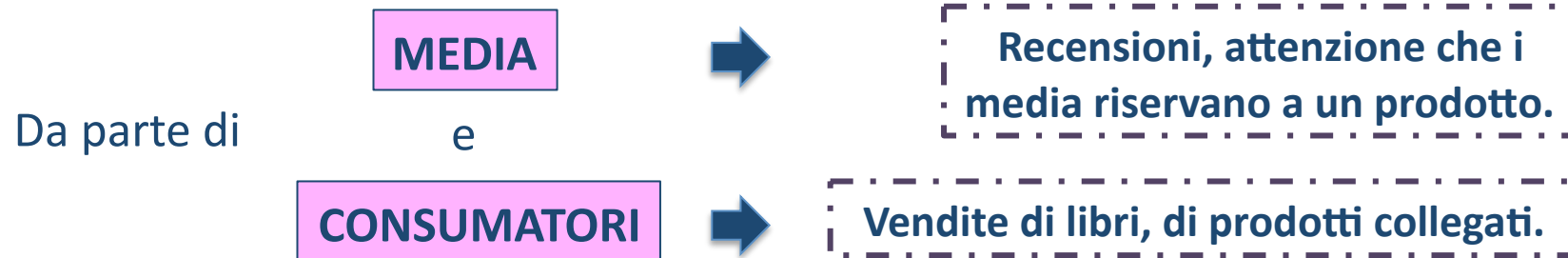
La seconda strategia suggerisce
**più omogeneità di un prodotto di
quanta non ne abbia realmente.**



Promuovere “l'ultimo libro di” o “il nuovo libro di” è un modo per cercare di superare i media, convincendo i consumatori che se hanno apprezzato il lavoro passato di uno scrittore, ameranno anche il nuovo prodotto.

Il sistema dell'industria culturale

Due feedback hanno luogo nel sistema dell'industria culturale.



Le organizzazioni produttive interpretano entrambi i feedback per valutare:

- la **popolarità di uno scrittore**,
- l'**efficacia** della loro **attività promozionale**,
- le **implicazioni per i futuri prodotti** dello stesso genere.

L'organizzazione produttiva non ha interesse per il singolo prodotto sino a che una certa percentuale dei suoi prodotti non sia diventata di successo.

La produzione della cultura

I mutamenti di mercato possono ripercuotersi su tutto il sistema dell'industria culturale.



Gli oggetti culturali che nascono dalla combinazione di diversi atteggiamenti da parte della critica, del pubblico e degli autori, a loro volta influenzati dall'evoluzione delle nuove tecnologie, dai mutamenti delle mode e del gusto, provocano delle conseguenze sul mercato, che si ripercuotono sul sistema dell'industria culturale.

I mercati influenzano la produzione culturale, ma non sempre escludendo un tipo di oggetto a favore di un altro. Talvolta possono coesistere mercati paralleli con notevole mobilità.



Un certo tipo di letteratura può essere interpretato come una rappresentazione collettiva che riflette e promuove nuovi modi di pensare (l'amore, il matrimonio, la malattia, la morte, la società, ecc.). Ma può essere anche la risposta ad uno specifico contesto urbano di produzione letteraria plasmato da autori, case editrici, intellettuali, consumatori.

Ricezione culturale

Il successo finale di un oggetto culturale dipende dal suo pubblico, ovvero dai ricevitori culturali che ricavano da esso i loro significati.



Gli editori non pubblicano solo best seller. **I grandi successi sono imprevedibili.**

Nonostante il significato di un oggetto culturale possa essere suggerito dalle intenzioni dei suoi creatori, chi riceve l'oggetto ha l'ultima parola.

**RICERCA
SOCIALE**



Indaga vari tipi di persone che guardano, comprano, amano, usano, leggono e credono in diversi oggetti culturali.

Molti oggetti culturali (romanzi polizieschi, programmi televisivi popolari), **attraversano i confini** di classe, genere, etnia e religione.

STRATIFICAZIONE CULTURALE



Gli strati sociali differiscono nell'ampiezza della loro partecipazione alla cultura.

Ricezione culturale

Hans Robert Jauss
(1921-1997)

Il lettore si avvicina ad un libro, collocandolo entro un orizzonte di aspettative plasmato dalla sua precedente esperienza letteraria, culturale e sociale.

**TEORIA DELLA
RICEZIONE**

UN LETTORE INTERPRETA IL TESTO.

Connette l'aspetto sociale e quello culturale nel processo di costruzione del significato.

Costruendo il significato del testo, egli finisce al contempo per modificare il suo stesso orizzonte di aspettative.

Un oggetto culturale può venire interpretato da persone con conoscenze ed esperienze sociali e culturali diverse.

Se i creatori culturali riescono a dare al loro prodotto o messaggio una **forma che ne evoca una già nota**, è più facile persuadere il pubblico a comprare.

Ogni evento può essere trasformato in un oggetto culturale attribuendogli un significato

Ricezione culturale

Gruppi diversi possono costruire significati diversi.



Quanta libertà hanno le persone nell'operare una costruzione di senso?

TEORIA DELLA CULTURA POPOLARE

I) Si può costruire qualunque significato



I ricevitori sono forti.
Gli oggetti culturali sono deboli.

I ricevitori sono attivi
produttori e manipolatori
di significati.

TEORIA DELLA CULTURA DI MASSA

II) Si deve sottostare ai significati intrinseci all'oggetto culturale



Gli oggetti culturali sono forti.
I ricevitori sono deboli.

Gli oggetti culturali
possono schiacciare
gli impotenti ricevitori.

Ricezione culturale

TEORIA DELLA
CULTURA DI MASSA

ACCEZIONE
NEGATIVA

INDUSTRIA CULTURALE



Organizzazioni che
producono oggetti
culturali per un
mercato.



Tecnologia per produrre intrattenimento di massa.

Si basa su un minimo comune denominatore di **gusto**,
che enfatizza l'aspetto relativo allo **spettacolo** su quello morale o
intellettuale, allo scopo di **catturare un'ampia porzione di mercato**.



I prodotti della cultura di massa rendono i loro ricevitori apatici e intorpiditi,
predisponendo il loro pensiero ad essere facilmente soggiogato.

Ricezione culturale

TEORIA DELLA CULTURA POPOLARE

CULTURA POPOLARE

Sistema di significati a disposizione della gente comune.

Comprende i **prodotti della cultura di massa** (spettacoli televisivi, riviste a grande diffusione, mode fugaci), ma anche i valori, il senso comune, la saggezza, i **modi di vita della gente comune**.

In italiano cultura folk o regionale ≠ "popular culture": delle persone comuni, la maggioranza diversa dall'élite.

I sociologi hanno scoperto che i **prodotti della cultura popolare contengono significati nascosti**, ignoti all'élite.

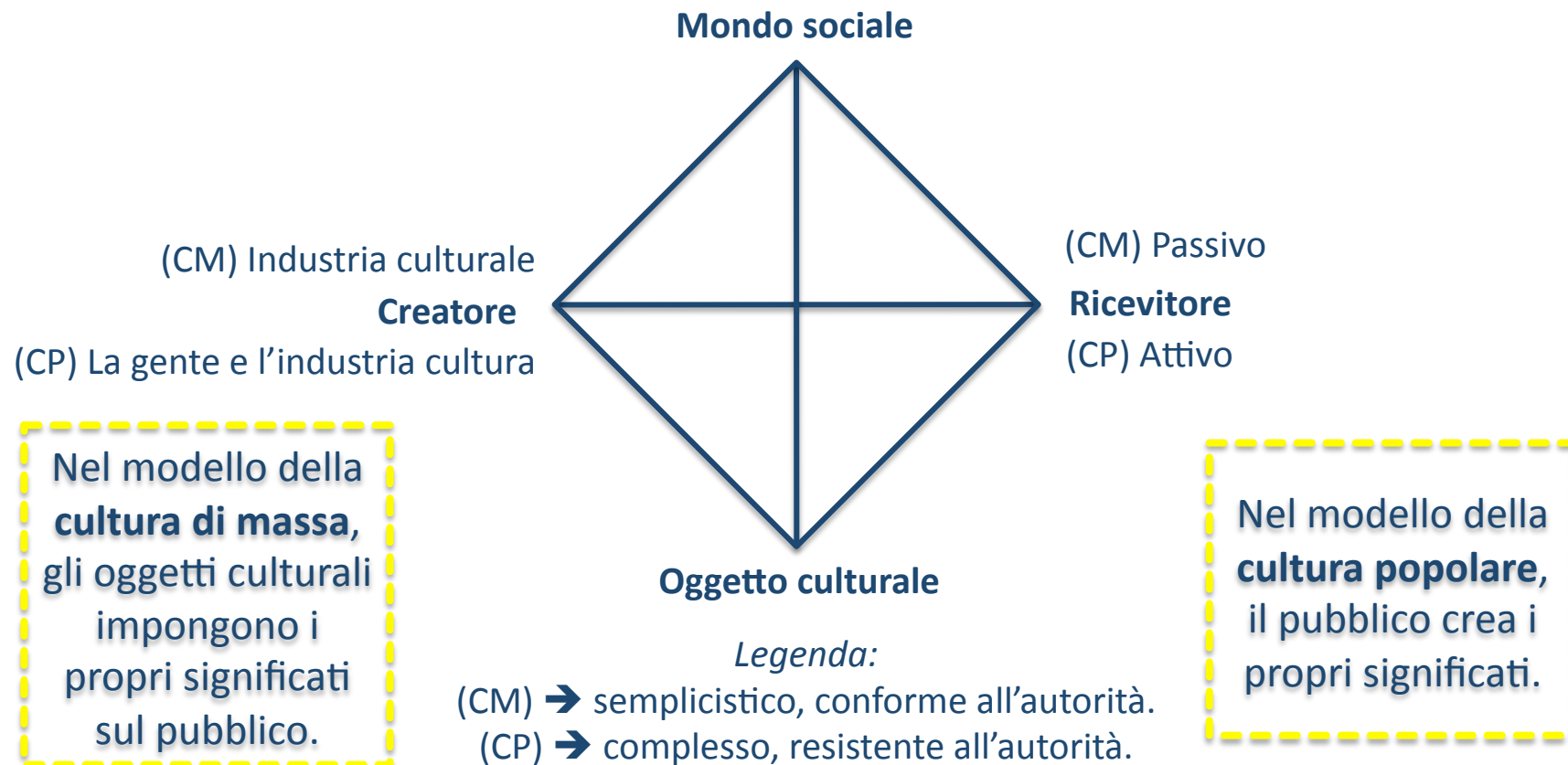
ROMANZI SENTIMENTALI

- Il **tema del maschio che da arrogante diventa premuroso**: una tipologia di uomo ritenuto attraente dalle lettrici, desiderose di ricevere attenzione.
- Il **tema della vendetta**, per cui l'eroina arriva sul punto di morire oppure abbandona l'eroe, facendolo soffrire sino al suo ritorno: a significare la donna che si riscatta dall'oppressore.

“Diamante culturale”

(Wendy Griswold, *Cultures and Societies in a Changing World*, cit.).

Teorie della cultura di massa (CM) e della cultura popolare (CP) rispetto al diamante culturale.



A proposito di ricezione...

(Carmela Lombardi, *Lettura e letteratura. Quaranta anni di teoria*, Napoli, Liguori, 2004)

Negli ultimi quarant'anni del Novecento, il **lettore** è entrato nelle teorie della letteratura, a partire da vari modelli di analisi del testo e in vari settori di ricerca, come la sociologia della letteratura.



*“È un **lettore oggetto di interesse per le inchieste e gli studi di teoria della ricezione**, che lavorano sul modo in cui un’opera letteraria è stata accolta da un particolare aggregato di lettori.”*
(Osservatorio permanente europeo sulla lettura)



*“È un **lettore ideale** per altre linee di ricerca, con qualità diverse a seconda dei problemi che è chiamato a risolvere.”*
(Wolfgang Iser, *L'atto della lettura. Una teoria della risposta estetica*, Bologna, Il Mulino, 1987)



*È un **lettore modello** negli studi di semiotica: “una strategia testuale, un insieme di condizioni che devono essere soddisfatte perché un testo sia pienamente attualizzato.”*
(Umberto Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani, 1979)

Ricezione e lettura

Hans Robert Jauss
(1921-1997)

TEORIA DELLA RICEZIONE

Spostando l'interesse e l'analisi dell'estetica del testo dalla produzione alla ricezione, il **lettore** da un soggetto passivo dello scambio culturale **diventa un soggetto produttore**.

La Scuola di Costanza ha lavorato sulla **relazione dialettica tra testo e lettore**:

- l'interazione tra il testo,
- le norme storiche e sociali del suo ambiente,
- l'attitudine potenziale del lettore.

Nel 1967 dalla cattedra di Filologia Romanza dell'Università di Costanza, recita una provocatoria prolusione che diventerà il manifesto della teoria della ricezione.

"Che cos'è e a che fine si studia la storia della letteratura?"

Ha studiato la lettura come un **processo** perché effetti e risposte non sono caratteristiche del testo né del lettore: **il testo acquisisce un significato solo quando viene letto.**

Wolfgang Iser, *Der implizite Leser. Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett*, München, Fink, 1972.

Ricezione e lettura

Wolfgang Iser
(1926-2007)



Uno dei principali rappresentanti della Scuola di Costanza che ha messo a punto i maggiori contributi teorici dell'estetica della ricezione.

Qualcosa o un fatto cui una parola o una frase fa riferimento.



Muta l'idea ottocentesca secondo cui il testo letterario possiede un significato referenziale, che il critico ha il compito di sciogliere. **Il significato è un effetto e non può essere spiegato.** Poiché **nasce dal processo di attualizzazione**, va dedicata più attenzione al processo che al prodotto. **Il fine del critico** non dovrebbe consistere nella spiegazione di un'opera, ma nella **individuazione delle condizioni che producono i suoi vari possibili effetti.**

Secondo Iser, nell'analisi del testo, il retroterra psicologico, sociale, storico o l'intenzione dell'autore passano in secondo piano. **L'elemento più importante è il destinatario**, che del testo artistico realizza il potenziale estetico, connesso alla produzione di significato.

La funzione estetica è stata studiata con gli strumenti della semiotica come un processo della conoscenza.

Ricezione e lettura

SEMIOTICA



Scienza che studia i sistemi di segni sia naturali sia artificiali **attraverso i quali avviene la comunicazione**, suddivisa in semantica, sintattica e pragmatica.

SEMANTICA



Analizza la **relazione tra i segni linguistici e il loro significato.**

SINTATTICA



Studia i **rapporti formali dei segni all'interno di un sistema linguistico**, indipendentemente dal loro significato.

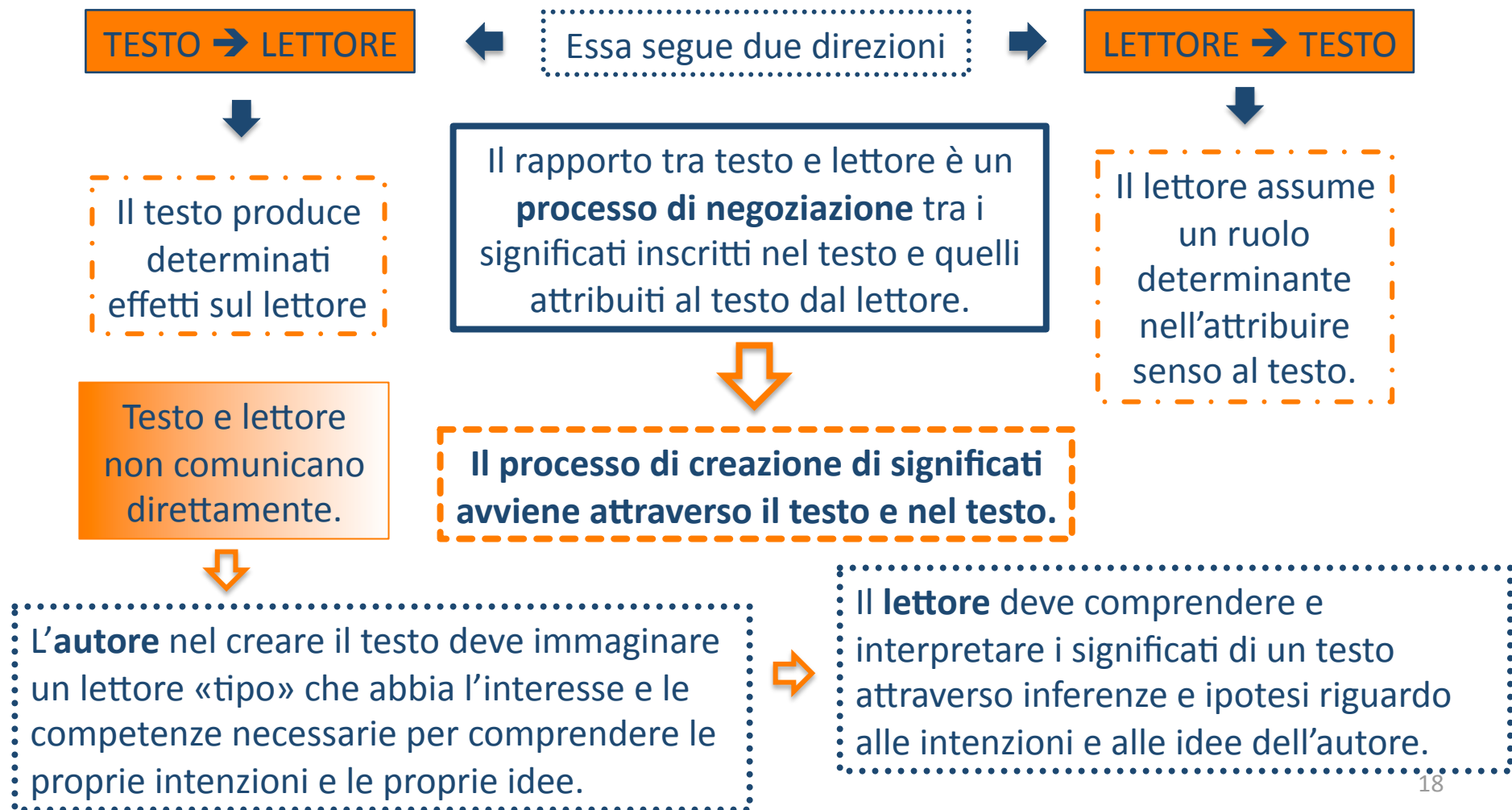
PRAGMATICA



Studia il **rapporto tra i segni e coloro che se ne servono.**

Ricezione e lettura

La relazione tra testo e lettore deve essere intesa come un rapporto attivo.



Ricezione e lettura



Tali figure nascono perché l'interpretazione di un testo deve avvenire con un margine sufficiente di univocità.

**Il testo viene emesso
affinché qualcuno lo attualizzi.**



Il **destinatario** è la condizione indispensabile

- sia per la capacità comunicativa del testo,
- sia per la sua potenzialità significativa.

Un problema che si pone in merito all'interpretazione di un testo è che **la competenza del destinatario non è necessariamente la stessa dell'emittente**. Per capirsi e comunicare è necessario condividere alcuni codici o meglio alcune competenze di base. Il **Lettores Modello** è quel **lettore ideale** che, possedendo i codici e le competenze a cui si riferisce l'autore, ne comprende le intenzioni e le idee ed è **in grado di leggere il testo nel modo in cui è stato progettato per essere letto**.

Ricezione e lettura

Che cos'è un testo?

LINGUISTICA TESTUALE



Definisce il testo **un grande enunciato** (o enunciato complesso), orale o scritto, e si propone di **individuare le regole in base alle quali noi siamo in grado di costruire enunciati coerenti** e di giudicare la coerenza degli enunciati che ci vengono proposti da altri.

UMBERTO ECO



Definisce un testo, un organismo, **un sistema di relazioni interne che attualizza certi collegamenti possibili e ne narcotizza altri**. Prima che un testo venga prodotto potrebbe essere inventata ogni sorta di testo. Dopo che un testo è prodotto, è possibile fargli dire molte cose, ma è criticamente illegittimo fargli dire ciò che non dice. Spesso i testi dicono più che i loro autori intendevano dire, ma meno di quello che molti lettori vorrebbero che dicessero.
(Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, Milano, Bompiani, 1990, p. 107).

Ricezione e lettura

Il testo scritto ha una sua ragione di esistere in funzione del suo lettore.

Umberto Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani, 1997.

Il lettore è il destinatario che dà senso ad un testo scritto.

RUOLO



- Tradurre il significato delle parole che incontra, attraverso un dizionario comune.
- Utilizzare una serie di regole sintattiche preesistenti, per riconoscere la reciproca funzione dei termini nel contesto della frase.

Ogni messaggio postula una competenza grammaticale da parte del destinatario.

Utilizzare un dizionario comune per l'interpretazione dei termini di un testo significa **accettare una serie di postulati di significati, che fanno parte di un codice**. Tali postulati riguardano la **forma** e il **significato**.

- **Aspetti formali** → accettare un sistema di convenzioni fonetiche e morfologiche, che danno vita alla lingua.
- **Significato** → riconoscere valide regole sintattiche e lessicali, che le sono proprie.

Ricezione e lettura

Un testo è un prodotto la cui sorte interpretativa deve far parte del proprio meccanismo generativo.

Umberto Eco, *Lector in fabula*, cit., p.55.

LETTORE MODELLO



Ha la funzione di **cooperare all'attualizzazione testuale**, così come l'autore la pensava, e di **interpretare il testo**, così come è stato generato.

Possiede lo stesso **codice** e le stesse **competenze a cui si riferisce l'autore**:

- la lingua,
- l'enciclopedia,
- il patrimonio lessicale
- e stilistico.



Per questo motivo può comprendere le sue intenzioni e le sue idee ed è in grado di leggere il testo nel modo in cui esso è stato progettato per essere letto.

Il Lettore Modello è il lettore che risponde pienamente alle aspettative dell'autore.

L'autore costruisce il testo e lo indirizza in maniera precisa. Sceglie una fascia di mercato (bambini, casalinghe, studenti, ecc.) e utilizza termini, modi di dire, riferimenti enciclopedici in cui il lettore si possa riconoscere. L'autore intende stimolare un effetto determinato.

Ricezione e lettura

LETTORE MODELLO



È un **lettore-tipo** che il testo crea e che **prevede come collaboratore**. Egli può non esistere empiricamente.



Ogni testo prevede la fruizione di un Lettore Modello, ma non può impedire che esso venga letto da altri tipi di lettori, diversi da quelli immaginati.

Per esempio, alcuni libri scritti pensando ad un pubblico giovane possono essere letti e apprezzati anche dagli adulti. È il caso della serie di Harry Potter, che ha raggiunto un'utenza più ampia rispetto a quella per la quale era stato pensato.

Umberto Eco, *Sei passeggiate nei boschi narrativi*. Harvard University, Norton Lectures, 1992-1993, Milano, Bompiani, 1994, p. 10.



LETTORE EMPIRICO



Può leggere in molti modi il testo e non c'è nessuna legge che gli imponga come leggerlo. Spesso **usa il testo come un contenitore per le proprie passioni**, che possono venire dall'esterno del testo o che il testo gli può provocare in maniera casuale.



Cercherà di adattarsi al Lettore Modello per comprendere meglio il testo, ma al contempo confronterà i codici e le competenze immesse nel testo con i propri codici e le proprie competenze, dando al testo la propria soggettiva interpretazione, che può differire in parte o completamente da quella prevista dall'autore.

Ricezione e lettura

Eco distingue altre tre figure:

AUTORE EMPIRICO



È lo **scrittore**,
colui che “fisicamente”
compone il testo.

NARRATORE



È la **Voce-che-Narra**. Non è
l'Autore del testo, ma una
creazione interna al testo.

AUTORE MODELLO



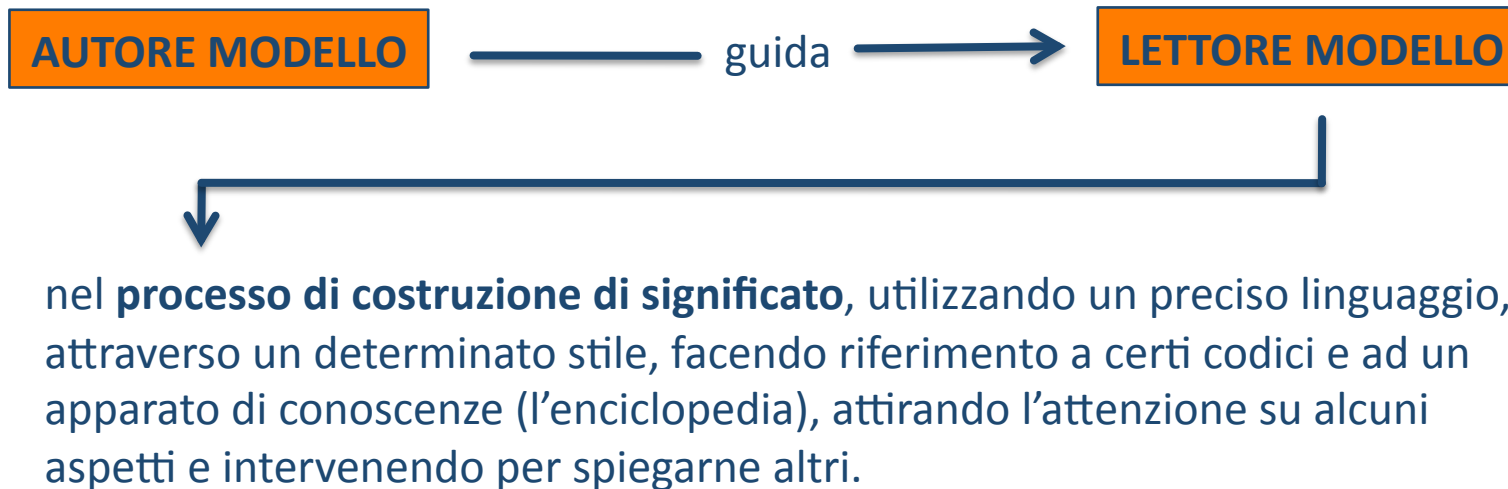
È lo **stile**. La sua voce si
manifesta come strategia
narrativa, come insieme
di istruzioni che ci
vengono impartite a ogni
passo e a cui il **LETTORE
MODELLO** deve ubbidire.

**Due tipi di
strategie testuali**

Quale soggetto dell'enunciazione testuale, **formula un'ipotesi di Lettore Modello e disegna se stesso autore quale soggetto dell'enunciato**. Nel creare il proprio Lettore Modello, postula qualcosa che nella realtà non esiste e deve realizzarlo come serie di operazioni testuali. Anche il **Lettore Empirico**, come soggetto concreto degli atti di cooperazione, **disegna un'ipotesi di Autore**, deducendola dai dati della strategia testuale. Non sempre l'Autore Modello è chiaramente distinguibile e spesso il Lettore Empirico tende ad appiattirlo su notizie che già possiede circa l'Autore Empirico quale soggetto dell'enunciazione. Ciò può mettere a rischio la cooperazione testuale.

Ricezione e lettura

È possibile ricostruire la figura dell'Autore Modello anche senza avere alcuna informazione di carattere personale o biografico dell'Autore Empirico, ma **attraverso una lettura attenta del testo.**



Ricezione e lettura

COOPERAZIONE INTERPRETATIVA

(Umberto Eco, *Lector in fabula*, cit.)



Ogni testo, attraverso le figure dell'Autore e del Lettore Modello, **stringe con il lettore un patto comunicativo**, che egli può accettare o meno. Affinché la comunicazione giunga a buon fine è necessario che si verifichi quella che Eco chiama cooperazione interpretativa.



Questo significa che **il testo invita il lettore a cooperare nel processo di costruzione di senso del testo stesso**. Ed egli coopererà attingendo ad un proprio bagaglio di conoscenze e di esperienze, misurandosi con il testo attraverso la propria soggettività.

Ricezione e lettura

All'interno di un testo è possibile individuare una serie di significati che non sono manifestati in superficie, a livello di espressione.



Sono proprio questi significati non manifesti a determinare la **complessità di un testo**.

Oswald Ducrot
(1930)



Parla di **significati non direttamente espressi nel testo** e li definisce il “**non-detto**”. Tali significati **arricchiscono di senso il significante**.
(Oswald Ducrot, *Dire et ne pas dire*, Paris, Hermann, 1972).



I lettore avrà a disposizione una serie di spazi bianchi da riempire, ma chi ha scritto il testo ha previsto che questi spazi bianchi fossero riempiti.

Il “non-detto” **deve essere attualizzato a livello del contenuto**. Ciò è possibile attraverso quelli che Eco definisce una serie di «movimenti cooperativi attivi e coscienti da parte del lettore».
(Umberto Eco, *Lector in fabula*, cit., p. 51).

Ricezione e lettura

Al destinatario è concessa un'iniziativa interpretativa, che sarà guidata.
La lettura del testo da parte del lettore **arricchirà di senso il testo scritto.**



Cooperare con il testo significa adeguarsi alla posizione del **Lettore Modello** iscritto nel **testo**, eseguire le istruzioni che il testo attraverso l'Autore Modello ci impartisce. **Riempire gli spazi bianche vuol dire** non soltanto attingere alle proprie competenze intellettuali, ma anche **partecipare al processo di costruzione di significato in una maniera determinata.**



L'autore mette in atto delle **strategie testuali** che spingono il lettore a cooperare in un certo **modo**. Nel testo vengono introdotte spiegazioni, digressioni, che inducono il lettore a formulare delle ipotesi di lettura e ad avere determinate attese. Un esempio sono i flashback che possono dare informazioni importanti ai fini della comprensione di azioni successive oppure l'intervento del **NARRATORE** che spiega un antefatto o anticipa degli eventi.

È una **strategia testuale** molto usata nei testi narrativi (testi letterari, ma anche cinematografici, teatrali). Racconta la storia e può esprimersi in prima o in terza persona. Non coincide con l'Autore Empirico a meno che non si tratti di un'autobiografia.

Ricezione e lettura

Al processo interpretativo concorrono dei **segnali di genere** che attivano uno specifico orizzonte di aspettative.

Aiutano il lettore a capire se si trova davanti a una commedia o a un romanzo rosa o a un giallo. Tali segnali **risultano più o meno evidenti a seconda delle competenze del lettore.**

Nel testo sono presenti degli indizi, che aiutano il lettore a fare delle **inferenze**, ma anche delle ipotesi e previsioni sul seguito della storia.

Inferire → Processo con il quale da una proposizione accolta come vera, si passa a una proposizione la cui verità è considerata contenuta nella prima. **Trarre una conclusione da un insieme di circostanze.**

Il lettore è costretto spesso a correggersi. Egli può formulare significati ed accorgersi nel corso della lettura che essi sono sbagliati o parziali. Può accadere soprattutto nei testi narrativi, che presuppongono un'evoluzione nel tempo delle storie. **Il lettore è indotto a cooperare facendo inferenze e formulando ipotesi in un processo di autocorrezione continua.**

“Il testo provoca vedute continuamente cangianti nel lettore e le proiezioni del lettore sono riadattate da quelle che seguono”
(Wolfgang Iser, *L'atto della lettura*, cit., p. 278).

Ricezione e lettura

I testi attraverso determinate strategie, più o meno esplicite, cercano di guidare il proprio Lettore Modello verso la costruzione del significato.

Il Lettore Empirico può capire il percorso da seguire e decidere di accettarlo o meno.

Prendendo una posizione diversa, potrà fornire altre interpretazioni e risposte emotive differenti rispetto a quelle richieste e previste (di fronte ad un testo commovente può ridere, perché ne individua un'eccessiva artificiosità, o piangere, nonostante il testo faccia ridere).

Una strategia usata frequentemente per indurre il lettore a fare previsioni è la **sospensione della trama**, tipica dei romanzi a puntate o delle fiction seriali. Se la sospensione avviene nel punto culminante della storia, è denominata **effetto cliffhanger** (utilizzata spesso nelle soap opera). Essa provoca una suspense nel lettore, costretto a subire una interruzione del racconto, che incrementerà il coinvolgimento e attiverà una serie di meccanismi, scatenati dalla curiosità, che lo porteranno a immaginare il seguito della storia. **Sarà così indotto a cooperare e a partecipare attivamente alla costruzione di senso del testo in questione.**

Ricezione e lettura

La costruzione di significati tra lettore e testo è un processo complesso.



Il testo può prevedere anche più di un'interpretazione e guidare il lettore verso uno dei significati auspicati dall'autore.

Si aggiunge la soggettività del lettore (i gusti, la cultura, i pregiudizi), che può conferire un numero infinito di interpretazioni.

IL TESTO PONE DEI LIMITI A QUESTA LIBERTÀ.



TESTI CHIUSI

esistono

TESTI APERTI

Sono concepiti per un **Lettore Modello** molto definito, la cui cooperazione è **intenzionalmente diretta**. Prevedono una sola giusta interpretazione, mettendo in evidenza una lettura preferita, enfatizzano un punto di vista. Sono testi chiusi quelli che **presentano un contenuto pregnante dal punto di vista ideologico** (libri, film o documentari di carattere religioso) o testi **contenenti informazioni neutre** (orari dei treni, informazioni meteorologiche). Una stessa frase, però, potrà avere una valenza negativa per qualcuno e una valenza positiva per altri: **un testo chiuso può colorarsi di soggettività**.

Ricezione e lettura

In un testo narrativo la lettura preferita può essere affidata alla voce dell'Autore Modello o del personaggio principale o del Narratore o all'insieme di tutte queste voci.



Esistono molti **artifici stilistici e retorici per comunicare il significato della posizione principale** rispetto al testo, auspicata dall'autore → ad esempio, la colonna sonora in un film, l'uso di aggettivi o metafore specifiche in un testo.

Tuttavia **un testo chiuso può essere utilizzato in maniera diversa rispetto all'obiettivo per cui è stato generato e produrre interpretazioni aberranti.**

Il lettore può sempre scegliere tra due strade:
accettare o rifiutare la visione proposta dal testo.

La cooperazione testuale, da cui deriva l'interpretazione del testo, è un'attività promossa dal testo. Qualsiasi iniziativa autonoma che venga presa, contraria alle indicazioni fornite al lettore, può violentare il testo.

Ricezione e lettura

I testi aperti prevedono sin dalla loro creazione più interpretazioni possibili da parte del lettore. Le numerose voci iscritte nel testo (autore, narratore, personaggi) possono essere portatori di diversi punti di vista. **L'autore decide fino a che punto deve controllare la cooperazione del lettore**, dove essa va suscitata, dove va diretta e dove deve trasformarsi in libera avventura interpretativa.

Poesie e testi che presentano un elevato grado di ambiguità.

Sono più polisemici dei testi chiusi: prevedono al proprio interno molteplici possibili attualizzazioni di significati da parte del lettore.

Nel complesso **la maggioranza dei testi è di natura polisemica**: contiene molteplici significati e livelli di significato attualizzabili dal lettore.

Non è possibile fare un libero uso del testo. La libertà interpretativa del lettore viene limitata dalla necessità di rimanere fedeli al testo. **Le interpretazioni di un testo**, per essere corrette, **devono essere sostenute e confermate dal testo stesso.**

Ricezione e lettura

Esistono dei **limiti all'interpretazione**: la necessità di rimanere entro i confini delle letture, pur molteplici, iscritte nel testo. Al di là di questi non si potrebbe più parlare di interpretazione corretta di un certo testo, quanto piuttosto di uso soggettivo del testo o di **sovrainterpretazione**, derivata da una lettura soggettiva, legata a proiezioni e aspettative personali del lettore, che non rispettano il testo in questione.

(Umberto Eco, *Interpretazione e sovrainterpretazione*, Milano, Bompiani, 1995).

Per lettura corretta non s'intende la lettura giusta, ma la **lettura dipendente dal testo**.

Wolfgang Iser, *The Act of Reading. A Theory of Aesthetic Response*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 1978; Stuart Hall, *Encoding/Decoding*, in Stuart Hall (et al.), *Culture, Media, Language*, London, Hutchinson, 1980; Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, Milano, Bompiani, 1990.

Criteri per controllare la correttezza e la legittimità di un'interpretazione.

Verificare la coerenza interna del testo, attraverso il testo stesso: la prosecuzione della lettura di un testo confermerà o smentirà le ipotesi interpretative avanzate dal lettore.

Criterio di economia: l'interpretazione corretta è anche quella più economica, la più immediata e ovvia secondo il senso comune.

Ricezione e lettura

L'uso e la sovrainterpretazione di un testo sono letture che si allontanano dai significati iscritti nel testo.



Lettere soggettive, legate alle proiezioni e alle aspettative personali dei lettori.



Lettere che non rispettano il testo.



La relazione tra testo e lettore è una relazione molto complessa: se da un lato il testo è teoricamente soggetto a infinite interpretazioni, dall'altro, perché le interpretazioni del lettore siano pertinenti, è necessario che possiedano un certo grado di aderenza al testo.

Il caso di un uso non corretto del testo è quello di attribuire a personaggi di una storia pensieri e intenzioni che non gli sono proprie e che non sono verificabili nel testo, ma frutto di una propria proiezioni su quel personaggio.

Tra testo e lettore vi è un rapporto di negoziazione di significato: sia il testo che il lettore hanno dei margini di libertà, rispettivamente di espressione e di interpretazione, ma nello stesso tempo l'uno deve dipendere dall'altro.

Ricezione e lettura

**INTERPRETAZIONE
SEMANTICA DEL TESTO
(o semiosica)**



**INTERPRETAZIONE
CRITICA DEL TESTO
(o semiotica)**

L'interpretazione è l'attualizzazione semantica di quanto il testo quale strategia vuole dire attraverso la cooperazione del proprio Lettore Modello. La fase successiva dell'approccio testuale è la critica, che può puntare alla valutazione del suo successo estetico, dei suoi rapporti tra ideologia e soluzioni stilistiche dell'autore.

(Umberto Eco, *Lector in fabula*, cit., p. 179)

Risultato del processo per cui il destinatario, di fronte alla manifestazione lineare del testo, la riempie di significato.

Cerca di spiegare per quali ragioni strutturali il testo possa produrre le interpretazioni semantiche.

Un testo può essere interpretato sia semanticamente sia criticamente, ma solo alcuni testi, in generale quelli a funzione estetica, prevedono entrambi i tipi di interpretazione. Se ogni testo prevede un Lettore Modello, in certi casi, esso ne prevede due: il Lettore Modello semantico e il Lettore Modello critico

(Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, cit., p. 29)

Ricezione e lettura

Il testo come atto di invenzione istituisce un nuovo codice, pone per la prima volta correlazione tra elementi espressivi e dati di contenuto.



Il testo nel postulare il proprio Lettore Modello come strategia cooperativa, **costruisce un lettore capace di portare alla luce quei dati di contenuto che fino ad allora erano rimasti coperti.** Alcuni testi narrativi, nel raccontare la storia di un personaggio, forniscono nel contempo istruzioni semantico-pragmatiche al loro Lettore Modello, di cui raccontano la storia.
(Umberto Eco, *Lector infabula*, pp. 180-181)

I confini tra interpretazione critica e cooperazione interpretativa sono molto esili.



Il critico è un lettore cooperante che, dopo aver attualizzato il testo, racconta i propri passi cooperativi, e rende evidente il modo in cui l'autore, attraverso la propria strategia testuale, lo ha portato a cooperare in quel modo e valuta in termini di riuscita estetica le modalità della strategia testuale.

Testo e società

Ogni testo nasce in un contesto storico-sociale ed è fruito da persone reali.



Nel testo è iscritta la storia della sua produzione: chi l'ha realizzato, con quali motivazioni, in quale momento storico, politico, economico e sociale. Dettagli importanti che inquadrano il testo e aggiungono informazioni rispetto al Lettore Modello (a chi è rivolto il testo) e alle intenzioni dell'Autore Modello (cosa intende dire il testo)

L'analisi del sistema editoriale nelle sue dinamiche permette di valutare alcuni aspetti delle trasformazioni che interessano la letteratura e i metodi per studiarne le opere. **Il mercato, lo scrittore, il pubblico, l'editoria sono elementi che contribuiscono a intendere anche la funzione della letteratura.**

(Robert Escarpit, *Sociologie de la littérature*, Paris, Presses Universitaires de France, 1958).

Testo e società

Institut de Littérature et de
Techniques Artistiques de Masse

Le **prime indagini sull'industria culturale** sono state avviate nel secondo dopoguerra da **Robert Escarpit** e dalla sua scuola, l'**ILTAM di Bordeaux**, spinta dall'esigenza di definire la produttività e la funzione della letteratura di massa con nuove metodologie.



La **comunicazione letteraria** è stata analizzata a partire dalla ricerca sul pubblico, sui suoi gusti, sui suoi modi di selezione dei testi, sui modi di lettura, sui generi letterari e sulla loro diffusione, con un interesse marcato per la **paraletteratura**.

In Italia un primo riscontro di gruppo sullo stato dell'arte della Sociologia della letteratura si ha negli Anni Settanta. Nel **1974** il primo **Convegno Nazionale di Gaeta** getta le basi e anticipa le tendenze della ricerca, evidenziando la componente interdisciplinare della Sociologia. Il Convegno di Gaeta ha sottolineato l'esistenza di diverse linee di ricerca, che convergevano sui problemi posti dal mercato del libro.

(Atti del Convegno, AA.VV., *Sociologia della letteratura. Atti del Primo Convegno Nazionale. Gaeta, 2-4 ottobre 1974*, a c. di Fernando Ferrara, Michele Rak, Alberto Abruzzese e Romolo Runcini, Roma, Bulzoni, 1978)

La letteratura
che segue
essenzialmente
le esigenze del
consumo di
massa.

Testo e società

Robert Escarpit
(1918-2000)

ha esaminato

la **posizione dello scrittore**, la **sopravvivenza del libro** in una società mutante e le **reazioni del pubblico**.

Ha invitato a **studiare la ricezione all'interno dei processi di produzione editoriale**, ad analizzare i rapporti tra la ricezione reale (da indagare con inchieste specifiche) e il contesto (ideologico, culturale, letterario, linguistico) dell'autore.

Ha diviso il **mercato librario** in **due «circuiti di distribuzione»**.



- (i) Il «**circuito letterario**»: costituito da lettori, anche solo potenziali, che hanno ricevuto una formazione intellettuale e un'educazione estetica tali da avere la possibilità di esercitare un giudizio letterario personale.
- (ii) Il «**circuito popolare**»: composto da lettori capaci di un giudizio letterario intuitivo, non esplicito e ragionato.

Testo e società

Robert Escarpit
(1918-2000)

CIRCUITO LETTERARIO



CIRCUITO POPOLARE

Questa distinzione comprende

- la **suddivisione tra le diverse modalità di acquisto del libro** (libreria, edicola, GDO),
- il **diverso rapporto dei lettori con l'istituzione letteraria**,
- una **critica della «letteratura alta»**, attenta al circuito letterario,
- e una **critica della «letteratura di consumo»**, destinata al circuito popolare (romanzi rosa, romanzi gialli, fumetti).

Ha sottolineato i legami
che vincolano l'autore al
suo pubblico.



Lo scrittore non può sfuggire all'ideologia e alla visione del mondo del suo pubblico-ambiente. Il libro di successo è quello che esprime ciò che il gruppo si aspetta, ciò che rivela il gruppo a se stesso.