

INDICE

Premessa	Pag.	5
Introduzione	»	9
Capitolo 1 - Paradigmi e modelli scientifici		
Sintesi	»	15
1.1 La fondazione della scienza sociale nel pensiero scientifico moderno	»	16
1.2 Sociologia e dissoluzione del soggettivismo filosofico	»	20
1.3 Durkheim e Weber: due scuole di pensiero	»	23
1.4 La nozione di paradigma	»	29
1.5 Dal paradigma al modello	»	34
1.6 Paradigmi, modelli e sociologia delle comunicazioni	»	35
Riferimenti bibliografici	»	37
Capitolo 2 - La trasmissione dei segnali		
Sintesi	»	39
2.1 La teoria matematica dell'informazione	»	40
2.2 La codificazione efficiente	»	42
2.3 Misurare l'informazione	»	46
2.4 La nozione di codice e le scienze umane	»	50
2.5 La cibernetica	»	52
Riferimenti bibliografici	»	53
Capitolo 3 - Le «parole» degli animali		
Sintesi	»	55
3.1 La comunicazione delle api	»	56
3.2 La comunicazione tra gli uccelli	»	59
3.3 La comunicazione tra i primati	»	61
Riferimenti bibliografici	»	66
Capitolo 4 - È possibile comunicare?		
Sintesi	»	69
4.1 Lo scetticismo filosofico e le vie del superamento	»	70
4.2 L'aristolismo linguistico	»	74
4.3 La nuova linguistica	»	75
4.4 La soluzione filosofica di Cassirer	»	79
Riferimenti bibliografici	»	81
Capitolo 5 - Lingue e strutture		
Sintesi	»	83
5.1 Il sistema lingua	»	84
5.2 Il segno arbitrario	Pag.	87
5.3 Il valore del segno	»	90
5.4 I fonologi di Mosca e il circolo linguistico di Praga	»	91
Riferimenti bibliografici	»	94
Capitolo 6 - Il rompicapo del significato		
Sintesi	»	95
6.1 La semantica come parte della semiotica	»	97
6.2 Peirce e la semiosi illimitata	»	98
6.3 Segno e simbolo	»	101
6.4 La semiotica secondo Jakobson	»	103
6.5 Dal significato della frase al senso dell'enunciato	»	105

6.6	La nuova semantica.....	»	107
6.7	Il modello semiotico-informazionale.....	»	111
	Riferimenti bibliografici.....	»	117

Capitolo 7 - L'efficacia della comunicazione

Sintesi.....	»	119	
7.1	La pragmatica applicata alla terapia.....	»	120
7.2	Le funzioni del discorso.....	»	126
7.3	Il discorso politico secondo Lasswell.....	»	127
7.4	Il testo come unità di analisi.....	»	129
7.5	L'arte del dire.....	»	131
7.6	Il testo come entità dinamica.....	»	135
7.7	Testo e contesto.....	»	136
7.8	La cornice del testo.....	»	140
7.9	I modelli del testo.....	»	141
	Riferimenti bibliografici.....	»	146

Capitolo 8 - Dalla società di massa alla cultura massificata

Sintesi.....	»	149	
8.1	La prospettiva marxista e la comunicazione.....	»	151
8.2	Il villaggio globale.....	»	156
8.3	Tecnologie e forme della comunicazione simbolica.....	»	160
8.4	L'imperdonabile bambina e la forza rivoluzionaria.....	»	166
8.5	Gli apocalittici degli anni Trenta.....	»	169
8.6	La costruzione della realtà sociale.....	»	171
8.7	Il paradigma yankee.....	»	174
8.8	La comunicazione interpersonale e quella di massa: il processo a due livelli.....	»	179
8.9	Industria e cultura.....	»	185
8.10	Bach in cucina.....	»	189
8.11	Opinione pubblica e persuasione.....	»	193
8.12	La «società del consenso».....	»	195
	Riferimenti bibliografici.....	»	196

Capitolo 9 - Approccio olistico e approccio analitico a confronto

Sintesi.....	Pag.	201	
9.1	Il determinismo tecnologico.....	»	202
9.2	Paradigmi a confronto.....	»	205
9.3	Il flusso televisivo.....	»	208
9.4	I Cultural Studies e il riscatto della cultura popolare.....	»	210
9.5	Contro il determinismo testuale.....	»	212
9.6	Il paradigma analitico.....	»	216
9.7	Journalism research e communication research.....	»	219
9.8	La category theory.....	»	221
9.9	La natura delle comunicazioni di massa.....	»	227
9.10	Il pensiero profetico in Francia.....	»	231
	Riferimenti bibliografici.....	»	236

Capitolo 10 - L'approccio olistico e i suoi due paradigmi

Sintesi.....	»	241	
10.1	La comunicazione globale.....	»	244
10.2	Il filone critico negli Stati Uniti.....	»	247
10.3	Il concetto di consumo nei classici della sociologia.....	»	251
10.4	Sfera pubblica e consumo culturale.....	»	253
10.5	Il consumo culturale in un'ottica differenzialista.....	»	255
10.6	L' <i>habitus</i> come criterio di differenziazione sociale.....	»	258
10.7	L'approccio comunicativo al consumo.....	»	260
10.8	Il consumo produttivo.....	»	263
10.9	L'etnografia della televisione e la famiglia.....	»	265

10.10 Televisione e contrasti di genere	»	267
10.11 La suburbanizzazione della sfera pubblica	»	269
Riferimenti bibliografici	»	272

Capitolo 11 - Paradigmi olistici complessi

Sintesi	»	277
11.1 Cultura del consumo e postmodernismo.....	»	279
11.2 Il consumerismo e i suoi eroi.....	»	282
11.3 L'invisibilità regale e la visibilità borghese.....	»	284
11.4 Cultura globale o globalizzata?	»	287
11.5 Cultura come luogo di scontro del sistema-mondo	»	290
11.6 La svolta telematica	»	292
11.7 Media, <i>cyberspace</i> , intelligenza e sentimenti	»	297
11.8 Le nuove comunità di comunicazione	»	300
11.9 La società informazionale	»	302
Riferimenti bibliografici	»	305
Conclusioni	»	309