

LUOGHI COMUNI. UN'IPOTESI SEMIOTICA¹

Gianfranco Marrone

[...] si può immaginare una condizione del linguaggio comunitario in cui il luogo comune sia trattato più "pazientemente", più "liberamente": lavorato, variato, deformato e, se così si può dire, mascherato: vi sarà allora un nuovo classicismo (Barthes e Bouttes 1979).

1. Omonimia e sinonimia

La nozione di luogo comune (d'ora in poi: lc) è presente, seppure in modi e con accenti diversi, in un gran numero di discipline e di orientamenti di ricerca: retorica, logica dialettica, filosofia del diritto, linguistica, semantica, sociologia, teoria delle comunicazioni di massa, teoria della conoscenza, iconologia, analisi della letteratura e così via. Potremmo pensare che si tratti di un caso di omonimia, tale per cui si indicano con lo stesso nome cose diverse. Così, se, per esempio, nella retorica e nella dialettica aristoteliche il lc è lo spazio, astratto e artificiale, entro cui andare a cercare possibili argomentazioni e opinioni², nell'odierna sociologia esso è l'espressione linguistica del sentire di una data comunità³; e se in certa semantica filosofica il lc è il riferimento sociale concreto del significato dei termini⁴, negli studi letterari è un fenomeno di stile con specifiche funzioni poetiche⁵; ancora: se in linguistica è l'aggregarsi sintagmatico di certi morfemi⁶, per alcuni studiosi di mass media è la forma significativa dell'ideologia significata in un gran numero di messaggi⁷.

Se si trattasse appunto di omonimia, basterebbe trovare un termine diverso per ogni concreta accezione di senso e il problema sarebbe in gran parte risolto. Potremmo chiamare, come è stato fatto⁸, il lc poetico *cliché* e quello semantico *stereotipo*; il lc linguistico *sintagma cristallizzato*, quello retorico *topos*, quello iconologico *motivo*. Riusciremmo in tal modo a produrre alcune

¹ Apparso su: *Il tdo di Pangloss. Linguaggio, lingue, testi*, Nunzio La Fauci ed., Palermo, L'epos 1994.

² Sul luogo comune nella *Retorica* e nei *Topici*, oltre ai numerosi trattati e manuali di retorica disponibili (Lausberg, Perelman e Tyteca, Gruppo μ , Marchese, Mortara Garavelli etc.), cfr. soprattutto le sintesi storiografiche di Thionville (1855), Plebe (1968), Barthes (1970), Barthes e Bouttes (1979), e le presentazioni tematiche di De Pater (1968), Brunschwig (1969) e Marrone (1988b).

³ Cfr. per esempio, in riferimento ai lavori di A. Schütz, Goffman (1974) e, per altri versi, De Certeau (1980).

⁴ Cfr. Putnam (1975), che discute la questione del referente semantico attraverso la nozione di stereotipo. In ambito cognitivista cfr. Lakoff e Johnson (1980), Lakoff (1987), Johnson (1987), che pongono gli stereotipi-prototipi alla base delle procedure di metaforizzazione e, poi, di tipizzazione della conoscenza. Cfr. inoltre la sintesi di Kleiber (1990) sulla nozione semantico-lessicale di *prototipo*. Per un'interpretazione semiolinguistica di tale nozione – «nuovo talismano» della semantica – cfr. Rastier (1991: 179-204).

⁵ Tra i numerosi studi in proposito, tutti orientati a individuare più che altro la *funzione del cliché* nel testo poetico e, in generale, letterario, cfr. soprattutto Riffaterre (1971), Herschberg-Pierrot (1980), Frédéric (1985), Amossy e Rosen (1982) e la rassegna proposta in Marrone (1988a).

⁶ Cfr., all'interno soprattutto della ricerca linguistica in sintassi, la proposta di classificazione delle espressioni linguistiche cristallizzate francesi avanzata da Gross (1982) e lo studio sul ruolo delle espressioni idiomatiche nell'argomentazione condotto da Ruwet (1983). Cfr. poi Danlos (ed.) (1988), che raccoglie diversi studi sull'argomento. Sull'uso delle formule linguistiche fisse nel discorso pubblicitario cfr. Grunig (1990: 115-145; 1993).

⁷ Cfr. più che altro Barthes (1957, 1964), che rilegge semiologicamente l'idea marxista dell'ideologia come falsa coscienza, e gli studi in questa direzione condotti da Eco (1964) e da McLuhan (1970).

⁸ Cfr. per esempio le proposte di distinzioni terminologiche avanzate in Marrone (1988a) e in Amossy (1991).

provvisorie separazioni sincroniche e riconosceremmo le prime trasformazioni diacroniche. Una cosa è, sincronicamente, la ripresa di una stessa idea (*topos*), un'altra la riproposizione delle stesse parole (*cliché*), un'altra ancora le proprietà della cosa che tutti abbiamo in mente quando attribuiamo un certo significato a un certo termine (*stereotipo*). Allo stesso modo, diacronicamente, una cosa è il *topos* retorico (argomento o riserva di argomenti a uso dell'oratore), altra cosa l'*idée reçue* flaubertiana (indice di una dilagante volgarità nei modi di pensare).

Eppure, non è difficile accorgersi che al di sotto di queste differenze semantiche d'uso, si danno alcuni elementi in comune e, per questo, imbarazzanti sovrapposizioni. Che si tratti di forme linguistiche o di contenuti semantici, di significanti o di significati, *clichés* e *topoi* dipendono entrambi dal fenomeno della ripetizione e, soprattutto, del suo riconoscimento. Accade così, molto spesso, che frasi fatte veicolino "idee ricevute" e, parallelamente, che opinioni comuni vengano espresse attraverso modi di dire ricorrenti. Allo stesso modo, se lo stereotipo è l'implicito necessario alla comprensione di un significato, il binomio *cliché-topos* non è altro che uno stereotipo esplicitato, ossia concretamente manifestato alla superficie del discorso. È evidente infatti che le presupposizioni e le allusioni producono nuclei di senso che, per il fatto di non venir manifestati, non sono meno presenti al momento della comprensione linguistica⁹. Dall'omonimia si passa così – con Lyons (1980) – alla sinonimia: quei termini che abbiamo diversificato per evitare spiacevoli sovrapposizioni di senso, finiscono per significare, per certi tratti o marche, la medesima cosa.

2. Una definizione dizionariale

Una delle vie praticabili per risolvere quest'*impasse* può essere quella di rivolgersi all'analisi semiotica, la quale ritraduce molte delle questioni appena nominate all'interno di una griglia teorica coerente i cui concetti risultano rigorosamente interdefiniti¹⁰. In particolare, è bene usare come punto di partenza per un'indagine sul le di questo tipo la definizione che di esso dà il dizionario. La definizione di una denominazione può infatti essere intesa, dal punto di vista semiolinguistico, come l'esito di quell'operazione di traduzione intralinguistica che produce una condivisibile espansione semantica di un termine dato¹¹. In particolar modo, la definizione del dizionario, con necessaria ma palese arbitrarietà, fornisce di quel termine un'espansione semantica fondata su invarianti maneggevoli e controllabili. Tali invarianti dovrebbero dunque giustificare i fenomeni di omonimia e di sinonimia che, nel caso in questione, è dato riscontrare in quella "coscienza semiotica" che sta alla base di molte ricerche condotte nell'ambito delle scienze umane¹².

Dopo una ricognizione tra i dizionari disponibili¹³, prendiamo il Devoto-Oli:

⁹ Sulla questione dell'implicito, tra semantica e pragmatica, cfr. la sintesi di Kerbrat-Orecchioni (1986).

¹⁰ Gli altri orientamenti di ricerca, tutti a loro modo transdisciplinari, oggi maggiormente seguiti intorno al le (e alla sua "famiglia" lessicale o nozionale) sono sostanzialmente tre: (i) la filosofia cognitiva, che rilegge lo stereotipo più che altro come prototipo, *frame*, *script* etc. (cfr. *supra* n. 3); (ii) la teoria dell'argomentazione, che riprende i *topoi* delle dialettiche classiche anche alla luce dell'analisi della conversazione; (iii) la stilistica, che studia i *clichés* nel testo soprattutto poetico. Cfr. a questo proposito le recenti raccolte Plantin (ed.) (1993), Landowski e Semprini (eds.) (1994), dove questi orientamenti di ricerca sono ampiamente rappresentati. Mi sembra però – come vorrei mostrare qui di seguito – che solo la semiotica possieda gli strumenti teorici adatti per rendere conto delle valorizzazioni spesso implicite che del le, più o meno volontariamente, vengono spesso date, al di là delle funzioni cognitive, argomentative e stilistiche che esso senz'altro riveste all'interno dei singoli testi.

¹¹ Su denominazione e definizione, e il loro ruolo nella teoria semantica, cfr. Greimas (1966); per un esempio di analisi semiotica di un lemma dizionariale, cfr. l'esempio della *collera* in Greimas (1983). Sull'importanza della parafrasi semantica per una semiotica strutturale, cfr. Marrone (1993).

¹² "Coscienza semiotica" rimanda qui all'idea gadameriana di "coscienza estetica" o di "coscienza storica" argomentata in *Verità e metodo*. Cfr. inoltre La Fauci (1993), dove si parla di una "linguistica dei parlanti" che agirebbe indisturbata, non senza danni, in autori insospettabili di campi disciplinari non specificamente linguistici.

¹³ La maggior parte dei dizionari della lingua italiana consultati in proposito ricalca *grosso modo* la definizione proposta dal Devoto-Oli. Ma mentre, per esempio, il Battaglia insiste più che altro sull'accezione tecnica del termine,

luogo comune: nella retorica e nella logica il termine indica [...] gli argomenti o temi generali applicabili a casi particolari di argomentazione, o il sillogismo che tutti accettano; quindi, nell'uso corrente [...], un'opinione resa banale e fastidiosa dal generale abuso.

Questa definizione mette immediatamente in luce la differenza tra l'uso tecnico del termine nel metalinguaggio retorico e il suo uso corrente nel discorso quotidiano. Si tratta però, a ben vedere, non di una semplice differenza di ambiti discorsivi, ma di una trasformazione semantica e valoriale dal primo al secondo ambito; trasformazione che dipende, oltre che da evidenti ragioni estetiche, da uno spostamento di prospettiva all'interno dell'orientamento comunicativo.

Nel primo caso il lc è, in quanto strumento persuasivo, facilmente adoperabile e sicuramente efficace: nell'affrontare un argomento determinato, l'oratore, probabilmente privo di conoscenze specifiche su tale argomento, ricorre ad altri argomenti di carattere generale; laddove perderà in concretezza tematica acquisterà in persuasività comunicativa, poiché più facilmente l'uditorio, riconoscendo quell'argomento generale come tema particolare, sarà disposto a crederlo vero.

L'accezione corrente del termine "luogo comune" è invece tipica della modernità: in questo contesto, il fatto di usare argomenti a tutti noti non è più garanzia di accettabilità e di veridicità, ma, al contrario, sintomo evidente di banalità e di fastidio; la generalità diviene genericità.

La struttura della comunicazione è in entrambi i casi apparentemente la medesima

emittente → luogo comune → destinatario

laddove a cambiare, nel passaggio dal primo al secondo caso, è il valore comunicativo che si attribuisce al lc presente nel messaggio: positivo nel primo, negativo nel secondo.

Il ribaltamento dell'efficacia manipolatrice del lc – verificatosi storicamente a causa del diverso valore attribuito alla categoria del nuovo – non è dovuto però soltanto al diverso modo con cui il destinatario considera la generalità degli argomenti inviategli dall'emittente. Quel che in effetti si trasforma è il posto che la generalità occupa nella struttura comunicativa: nell'uso retorico il lc è auspicabile perché accettato da tutti; nell'uso corrente è invece deprecabile perché da tutti utilizzato. In retorica, infatti, l'oratore usa un tema generale, non tanto (o non soltanto) perché non è in grado di usare temi specifici, quanto perché il suo uditorio accoglie con maggiore facilità i temi generali; anzi, molto probabilmente, tale uditorio non è in grado di distinguere tra particolare e generale. Nel caso dell'uso corrente del lc, invece, non c'è più un oratore singolo che si rivolge a un vasto uditorio; è l'ascoltatore individuale che riconosce in un discorso che si vuole specifico un'argomentazione ricorrente, dunque banale e fastidiosa. Nel primo caso l'emittente del messaggio, per persuadere il destinatario, fa passare per particolare un tema generale; nel secondo è il destinatario che scopre dietro un discorso che l'emittente concepisce come particolare un tema in realtà generale.

3. *Modelli della comunicazione*

Del primo caso i trattati di retorica e di neoretorica hanno fornito numerose tipologie e casistiche, variamente riprese in sede linguistica e filosofica: per questa ragione esso sarà qui tenuto fra parentesi. Del secondo caso – data la connotazione fortemente peggiorativa che il lc riveste nell'etica comunicativa vigente – sembra invece improbabile dare anche soltanto una definizione coerente ed esaustiva: esso sarà quindi oggetto specifico della nostra attenzione – non foss'altro che per trovare somiglianze e differenze con il primo. Si veda a questo proposito la seguente affermazione di Roland Barthes:

poi «estesà» all'uso corrente nella connotazione peggiorativa, il De Felice-Duro e il D'Anna propongono direttamente e soltanto il significato attuale del termine. La definizione qui utilizzata consente pertanto, meglio di altre, di discutere la doppia accezione del lc.

La nozione di luogo comune non può essere fondata scientificamente: nessuno strumento può individuare il luogo comune; esso dipende completamente dalla coscienza di chi lo intende e lo percepisce come tale. [...] è il mio ascolto che fonda il luogo comune; in una comunità che non comprenderà il luogo comune, esso non esisterà più [...]. Dunque le forme tramite le quali io cerco di definirlo sono intuitive; la loro precisione dipende dalla mia sensibilità al linguaggio degli altri. Per me “luogo comune” può essere ora una frase, ora una proposizione, ora una locuzione (unità di forma), ora un tema (unità di contenuto), ora uno svolgimento (tema articolato secondo una certa forma). Ciò che conta è l’evidenza del *già (mille volte) sentito*; ne deriva che una forma molto codificata come un proverbio, mi può sembrare originale, se non lo conosco ancora (Barthes e Bouttes 1979: 578-579).

Il lc dunque – secondo Barthes – non è una realtà linguistica accertabile oggettivamente, ma un fenomeno comunicativo riscontrabile soggettivamente. Esso non dipende da precise caratteristiche del messaggio inviato dall’emittente, ma esiste soltanto nel momento in cui è riconosciuto dal destinatario. Esito di una sanzione negativa, esso può essere applicato ora al piano dell’espressione ora a quello del contenuto, ora a livello superficiale ora a livello profondo della lingua, senza per questo richiedere un alto grado di preventiva codificazione. Dinanzi a un tale relativismo, non è possibile dare del lc una definizione coerente in una teoria della significazione, ma solo in una teoria estetica che, almeno, sappia trattare dall’esterno le ragioni del relativismo dei giudizi culturali.

Così, quando per esempio affermo che «è necessario coniugare l’equità sociale con le ragioni dell’efficienza e del mercato»¹⁴, posso essere per certuni un fine dicatore che espone con appropriata eleganza una complessa questione politica, mentre per altri sarò il solito imbonitore che abusa di una metafora matrimoniale (o della terminologia grammaticale) per far passare un principio vagamente socialdemocratico. Ma non c’è nel «coniugare» in sé nulla di banale o di originale: la categoria dell’originalità è legata alle trasformazioni culturali nel tempo e nello spazio, non alla natura del discorso¹⁵.

3.1. *Il modello informazionale*

Trascurando qui le ragioni intrinseche che hanno condotto Barthes a conclusioni di questo tipo¹⁶, soffermiamoci sui presupposti teorici che reggono una simile rinuncia all’analisi scientifica del lc. Il modello comunicativo a cui Barthes fa evidente riferimento è quello rigidamente funzionale, praticato negli anni Sessanta dalla semiologia, a partire dalla teoria dell’informazione reinterpretata da Jakobson. Secondo tale modello la comunicazione è un processo di trasmissione d’informazioni da un *emittente* a un *destinatario*. Queste informazioni possono essere trasmesse sempreché il *codice* mediante cui l’emittente le dispone sia lo stesso di quello che viene utilizzato dal destinatario per tradurle. Protagonisti della comunicazione sono pertanto, secondo questo modello, l’emittente che proferisce il *messaggio* e il codice che ne fornisce gli elementi minimi e le regole di articolazione interna. Il destinatario è, in questo quadro, una figura passiva che si limita a recepire o a non recepire il messaggio; diviene attivo soltanto nel momento in cui, decidendo di rifiutarlo, rifiuta in realtà l’intera situazione comunicativa, ossia, in fin dei conti, la perentorietà del codice e l’autorità dell’emittente.

Da qui il paradosso del lc riscontrato da Barthes: esso è presente soltanto nell’ascolto, un ascolto che porta l’ascoltatore ad annullarsi come tale, a sostituire la sua parola giudicante a quella codificata dell’emittente, negando così, con gesto disperato e totalizzante, ogni possibilità di una comunicazione non autoritaria. Se – arriva a sostenere Barthes (1978: 9) – «ogni lingua è

¹⁴ I frammenti linguistici presi a esempio di llcc nelle pagine che seguono sono tratti dai programmi di alcune forze politiche che si sono presentate alla consultazione elettorale italiana nel marzo 1994.

¹⁵ Per una ripresa semiolinguistica della nozione estetica di *originalità*, cfr. le posizioni di Lotman (1970), Eco (1975), De Mauro (1982), Greimas (1987), le quali, sebbene diverse, convergono sul principio che la variazione si staglia sempre sullo sfondo di una permanenza più profonda.

¹⁶ Su questo cfr. Marrone (1994), che legge l’opera di Barthes attraverso, appunto, il tema ricorrente dello stereotipo.

fascista», è perché «i segni di cui la lingua è fatta esistono per quel tanto che sono riconosciuti, ossia per quel tanto che si ripetono; il segno è pedissequo, gregario, in ogni segno sonnecchia un mostro: lo stereotipo». Così, seppure il lc è qualcosa di intrinseco alla struttura della lingua, nessuna linguistica è in grado di svelarne la natura.

3.2. *Il modello interpretativo*

La riflessione semiotica successiva ha ampiamente rivisto questo modello comunicativo unidirezionale di derivazione jakobsoniana. Il destinatario – ha pensato per esempio Eco (1975, 1979, 1984, 1990) – è il vero protagonista dei processi comunicativi, poiché soltanto il momento interpretativo realizza la significazione del segno. La nozione di codice va sostituita con quella di *enciclopedia*: non più un pacchetto ristretto di elementi e di regole, ma la rete labirintica di dati conoscitivi posseduti (più o meno consapevolmente) da un *interprete ideale* che riempie gli eventuali buchi di un testo costituzionalmente «pigro». L'emittente, insomma, non struttura in modo definitivo il proprio messaggio, ma invia un testo per forza di cose incompleto a un destinatario che dovrà interpretarlo colmandone le lacune. Il significato d'un segno si dipana nella catena degli *interpretanti* che progressivamente possono renderlo, dando luogo, pressoché all'infinito, ad altri segni.

Ma anche questo secondo modello della comunicazione, nonostante si concentri sul destinatario, ha qualche difficoltà nel risolvere le aporie previste da Barthes a proposito del lc. Quel che può dire in merito è che il lc è una sorta di incidente pragmatico che interrompe la comunicazione, poiché gli interlocutori mettono in gioco enciclopedie profondamente differenti per quel che riguarda il livello culturale e i sistemi di valori. Così, quando qualcuno mi dice «la diffusione dell'evasione fiscale in Italia è il frutto di una politica miope», se nella mia enciclopedia questa opinione e, soprattutto, questo modo di dire sono immagazzinati da tempo, sarò portato a considerarla un lc: ho sentito pronunciare tante di quelle volte «politica miope», infastidendomi ogni volta che quella sequenza precostituita di suoni arriva alle mie orecchie, da non riuscire più a percepirne nemmeno il senso; figuriamoci poi quando me la presentano, ancora una volta, come causa dell'evasione fiscale. Il che spiega la formazione esterna di un lc ma non le ragioni interne di tale formazione: non spiega, per esempio, perché il fatto che l'opinione affermata sia già presente in quell'enciclopedia porti a una svalutazione del contenuto informativo del messaggio, e a una eventuale conseguente dis-valorizzazione estetica di esso; e, soprattutto, non spiega con quali forme d'enciclopedia questo fenomeno può aver luogo e con quali non può accadere.

I limiti del modello interpretativo della comunicazione sono, da questo punto di vista, sostanzialmente due:

(i) L'enciclopedia dell'interprete è un insieme aperto di dati conoscitivi, strutturabile solo localmente sulla base di principi minimi quali quelli della logica aristotelica classica (non contraddizione, *modus ponens*). Molto spesso, è necessaria una fuoriuscita dal testo in direzione ora delle strutture mentali dell'interprete ora dei dati socioculturali su cui si fondano le situazioni comunicative concrete. Nel nostro caso particolare, quindi, l'enciclopedia non fornisce criteri stabili per decidere se in un dato testo è presente o meno un lc, a meno di non allontanarsi dal testo stesso in direzione di un non meglio identificato *contesto*.

(ii) L'enciclopedia raccoglie soltanto dati di carattere cognitivo: essa ci informa circa il sapere dell'interprete, ma non ci dice nulla delle sue altre eventuali competenze interpretative (legate per esempio al potere, al volere, al dovere) e, soprattutto, dei modi in cui un certo sapere, articolandosi con altre modalità, produce certe reazioni emotive o certi giudizi estetici. Possiamo in tal modo rendere conto della comprensione del messaggio, ma non del fatto che tale messaggio può trasformare la disposizione del destinatario nei confronti dell'emittente e, in generale, della comunicazione. Il fastidio che provo dopo aver ascoltato un lc è tale che non mi preoccupo più di valutare il sapere che esso veicola, e tanto meno la verità che esso trasmette: so soltanto che non ho più voglia di ascoltarlo. Quel che cambia è la mia disposizione d'animo,

la mia competenza – per così dire – patemico-interpretativa, non il mio sapere¹⁷. Il lc è un fenomeno solo inizialmente cognitivo che sfocia poi in una reazione emotiva, ed esige quindi, per esser spiegato, una teoria della comunicazione che tenga conto dell'intera competenza comunicativa (ossia persuasiva e interpretativa) sia dell'emittente sia del destinatario.

3.3. *Il modello narrativo*

È lo stesso Eco a fornirci un esempio adeguato per un modello più ampio della comunicazione, che tenga conto di tali esigenze. A proposito delle accuse fatte dagli ex agenti dei Servizi Segreti Malpica e Broccoletti al capo dello Stato circa presunti fondi neri gestiti da quest'ultimo mentre era Ministro dell'Interno, in un fondo di *Repubblica*¹⁸ Eco ha sottolineato la sostanziale differenza tra i cosiddetti “pentiti” della mafia e l'eventuale analogo “pentimento” degli uomini dei servizi segreti. Laddove i primi, nel momento in cui raccontano retroscena di fatti di mafia, cessano per forza di cose di far parte dell'organizzazione mafiosa, i secondi, diffondendo notizie d'ogni sorta, persistono in realtà nel loro ruolo originario di agenti segreti, che è proprio quello di moltiplicare a dismisura i messaggi per appiattirne l'efficacia. È il motivo per cui siamo portati a credere ai pentiti della mafia ma non a quelli dei servizi segreti: se ai primi accordiamo la nostra fiducia, ai secondi la neghiamo del tutto.

In altre parole: la veridicità di un'affermazione si basa sul grado di credenza dell'ascoltatore nel messaggio, ossia, in fin dei conti, sulla *fiducia* che egli è disposto a concedere al parlante. Laddove la fiducia non è, evidentemente, un fenomeno di tipo cognitivo, non si basa su una forma di sapere, ma su un *contratto* preliminare che due interlocutori stipulano al momento della comunicazione in forza delle loro reciproche competenze. Quale contratto potremo stipulare con un Craxi che dai banchi degli imputati accusa Occhetto di aver rubato anche lui? Perduto il poter-fare, l'ex segretario socialista perde anche il saper-dire: nessuno è disposto a credergli, a prescindere dalle verifiche che i giudici dovranno e vorranno fare delle sue affermazioni. La verità, insomma, non è l'esito di un adeguamento delle parole alle cose, di una riflessione speculare del soggetto nell'oggetto; essa viene semmai negoziata nell'incontro tra due soggetti, nella relazione fiduciaria che s'instaura tra un *enunciatore* che tende a manipolare un *enunciario* e un enunciario che si adopera a sanzionare un enunciatore¹⁹.

Da qui l'ipotesi di un modello narrativo della comunicazione che, se pure non offre criteri generali per la riconoscibilità testuale del lc, quanto meno consente di arretrare lo sguardo e spiegare i meccanismi profondi che lo generano²⁰. Applicando all'analisi dell'enunciazione i medesimi strumenti adoperati nell'analisi dell'enunciato, riesce possibile considerare il dire come un fare verbale, un fare che si organizza e si orienta attraverso i modelli della narratività²¹. Emittente e destinatario non sono, in tal modo, istanze neutre che si trasmettono un'informazione, ma soggetti che si scambiano oggetti; oggetti che, per il fatto di essere verbali, non sono meno valorizzati.

¹⁷ Sul modo in cui una teoria delle passioni può essere coniugata con una teoria dell'interpretazione, cfr. le proposte di Pezzini (1992), riprese in Eco (1994).

¹⁸ *La Repubblica*, 30.10.1993.

¹⁹ Cfr., su questo punto, il saggio su “Il contratto di veridizione” in Greimas (1983).

²⁰ Il modello narrativo della comunicazione è stato proposto all'interno della semiotica cosiddetta “generativa” di Algirdas J. Greimas, alla quale mi rifaccio nelle pagine che seguono. Nell'esposizione di alcuni passaggi chiave della teoria seguo, salvo diversa indicazione, gli scritti principali dello studioso lituano-francese: cfr. soprattutto Greimas (1970, 1976, 1983), Greimas e Courtés (1979, 1986) e, per rapide sintesi, Coquet (1982), Marsciani e Zinna (1991).

²¹ Da questo punto di vista, la semiotica vuol estendere l'idea austriaca della performatività linguistica a tutti gli eventi significanti, linguistici e non linguistici. Più che individuare certi tipi di atti linguistici con specifico valore pragmatico, essa preferisce porre come punto di partenza una varietà di *pratiche significanti*, alcune delle quali prettamente linguistiche. L'enunciazione, da questo punto di vista, non è soltanto l'iscrizione della soggettività nel linguaggio (come pensava Benveniste), ma va intesa come un *fare* di natura linguistica. La metafora dello scambio frequentemente utilizzata per spiegare la comunicazione perde così il suo valore figurale, e va presa alla lettera.

Rispetto al primo modello della comunicazione, orientato sull'emittente, e al secondo, orientato sul destinatario, questo terzo modello centra la propria attenzione sul testo, un testo nel quale risultino però iscritti, attraverso specifiche marche, sia l'enunciatore sia l'enunciatario. Agli attanti del testo-enunciato occorre pertanto sovrapporre gli attanti del contesto d'enunciazione; contesto che non è altro, da questo punto di vista, che un testo più ampio²². Piuttosto che prendere in considerazione un enunciato elementare, per poi eventualmente "immaginare" il contesto comunicativo nel quale esso acquista il suo senso (ricostruendo a posteriori quel che si era tolto a priori), occorre analizzare direttamente l'intera circostanza comunicativa come se si trattasse di un enunciato più ampio, con le sue forme interne d'articolazione. Così, se l'enunciatore possiede lo statuto attanziale del soggetto-eroe che compie l'azione principale del racconto-comunicazione, l'enunciatario occupa invece il ruolo del destinante che, alla fine della storia, provvede a sanzionare l'azione dell'eroe sulla base di quel contratto fiduciario *di veridizione* che i due avevano preventivamente stipulato²³. La comunicazione è il luogo dove si intrecciano l'azione persuasiva e l'azione interpretativa di due attanti situati ai poli opposti di una trasformazione di stato: il primo tende a valorizzare un oggetto come vero, e come tale vuol passarlo all'altro; il quale a sua volta, prima di accettarlo, deve riconoscerne il valore, ossia l'eventuale verità²⁴.

4. Livelli di senso

Si comprende in tal modo perché, arretrando lo sguardo senza per questo rinunciare all'analisi, il modello narrativo della comunicazione può offrire del *lc* una spiegazione in termini prettamente semiotici. Non si tratterà più di delegare alle conoscenze e alle idiosincrasie di un destinatario empirico o ideale il potere di decidere sull'esistenza o la non esistenza del *lc*. Si tratterà semmai di valutare l'incidenza che, all'interno della narrazione comunicativa, occupano i giudizi epistemici dell'enunciatario, giudizi che sono in qualche modo già iscritti nel testo comunicato.

Semplificando e schematizzando, è possibile a questo punto seguire la produzione semiotica del *lc* – nella doppia accezione fornita dal dizionario – ripercorrendone le tappe all'interno del cosiddetto "percorso generativo del senso", modello generale della produzione della significazione dove si dispongono, secondo una logica della presupposizione, diversi livelli di pertinenza, ognuno dei quali è dotato di un'organizzazione relativamente autonoma: le strutture elementari della significazione (dove le categorie semantiche si espandono nelle relazioni di contrarietà, contraddizione e complementarità), le strutture semionarrative (dove le relazioni e le

²² La semiotica accetta in tal modo l'idea di Derrida secondo cui, come è noto, «il n'y a pas de hors texte». Sulla testualizzazione del contesto, e suoi risvolti nello studio dell'universo socio-semiotico, cfr. soprattutto Landowski (1989), Floch (1990), Pozzato (1992).

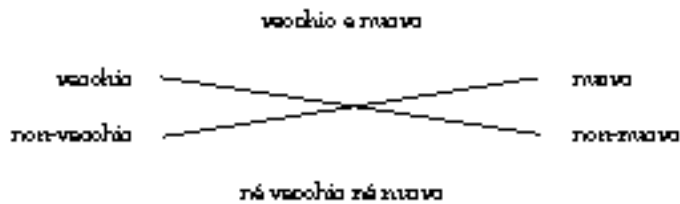
²³ Cfr. Landowski (1989: 189-278), dove si propone una "semiotica delle situazioni", fondata appunto su questa estensione della narritività ai processi comunicativi e, in generale, interattivi.

²⁴ Così come in un racconto i soggetti in gioco sono tali rispetto a un oggetto valorizzato sulla base di un sistema assiologico condiviso (dove il bene e il male, l'utile e il dilettevole, il bello e il brutto, il sacro e il profano occupano ruoli precisi e vengono investiti da temi e figure determinati), allo stesso modo nella comunicazione si dispiega un sistema assiologico, detto *della veridizione*, che gli interlocutori devono condividere. Secondo tale sistema /verità/, /falsità/, /menzogna/ e /segreto/ vengono ricavati dalle relazioni di contrarietà, contraddizione e complementarità che s'instaurano tra i due livelli in cui si articola il discorso: il livello dell'*immanenza* (o dell'*essere*) e quello della *manifestazione* (o dell'*apparire*). Al momento della *manipolazione* persuasiva, l'enunciatore attua infatti una sorta di programma che mira a far sì che l'enunciatario accordi lo statuto di immanenza al proprio discorso manifestato. Allo stesso modo, al momento della *sanzione* del discorso portogli dall'enunciatore, l'enunciatario deve riporre la propria *fiducia* sulla possibilità che la manifestazione di quel discorso corrisponda alla sua immanenza: se ciò accade, se cioè all'apparire corrisponde l'essere, la sanzione sarà positiva, e darà luogo a un giudizio di verità; se all'apparire corrisponde il non-essere, si avrà la menzogna; se al non-apparire corrisponde il non-essere si avrà la falsità; se, infine, all'essere corrisponde il non-apparire si avrà il segreto. Da qui il celebre *quadrato della veridizione*, esposto in Greimas e Courtés (1979) e Greimas (1983). (È evidente che, in quest'ambito di discorso, /essere/ e /apparire/ non reintroducono surrettiziamente l'ipotesi referenziale della verità come adeguazione tra parole e cose, ma sono da intendere come i termini contrari di una categoria semantica che, appunto, il quadrato semiotico espande, articola e rappresenta visivamente).

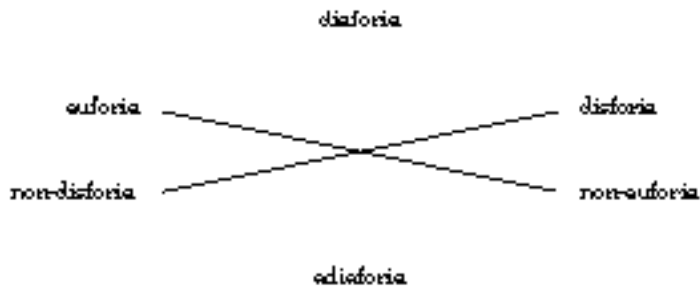
operazioni del quadrato divengono programmi d'azione di soggetti competenti), le strutture discorsive (dove attori, spazio e tempo convocano temi e figure del mondo), le strutture testuali (dove la significazione si manifesta incontrandosi col piano dell'espressione)²⁵.

4.1. Il livello dei valori

Per quel che riguarda il livello piú profondo del percorso generativo, quello dove vengono prodotti i valori, la *categoria semantica* dalla quale far partire l'analisi semiotica può essere quella che oppone il vecchio e il nuovo, che assume a seconda dei casi diverse possibili lessicalizzazioni: quella retorica (incontrata *supra*, § 2) /generale vs particolare/; quelle estetiche /classico vs moderno/ o /tradizione vs avanguardia/; piú spesso, nella vita quotidiana, /banale vs originale/ o /comune vs individuale/; e via dicendo. Così, utilizzando lo strumento del cosiddetto *quadrato semiotico*, che espande la categoria semantica considerata attraverso le relazioni di *contrarietà*, *contraddizione* e *presupposizione* (e i relativi termini *complesso* e *neutro*), avremo la seguente rappresentazione schematica:



Per ottenere i valori, occorre altresí sovrapporre a questo schema la categoria cosiddetta *timica* /euforia vs disforia/, anch'essa espansa nel quadrato:



Si ottiene così una batteria di valori *virtuali* detta *assiologia*: le possibili diverse omologazioni tra la categoria semantica data e la categoria timica di base producono infatti altrettanti sistemi assiologici. Se il nuovo è euforico sarà positivo, se il vecchio è disforico sarà negativo, se il nuovo è disforico sarà negativo e così via. Applicando poi questi sistemi a oggetti o figure, eventi o forme del mondo, le assiologie divengono *ideologie*, e i valori da virtuali divengono finalmente *attuali*, dati cioè e pronti a esser messi in circolazione.

²⁵ Va ricordato che la nozione di *percorso generativo*, sebbene circoli in modo implicito in tutta l'opera di Greimas, è stata definita soltanto in Greimas e Courtés (1979), ossia in un luogo istituzionalmente deputato alle definizioni qual è, appunto, un dizionario. In nessun'altra opera, per così dire, di ricerca lo studioso lituano-francese riprende lo schema proposto dal *Dizionario* ma, anzi, provvede ripetutamente a metterne in discussione i singoli elementi. Il percorso generativo non va inteso pertanto come un'ipotesi teorica indiscutibile, ma soltanto come un utile strumento metodologico da usare al momento dell'analisi dei testi, o come un modello d'interdefinizione delle categorie da introdurre nella teoria: in questo senso esso verrà qui messo in opera.

Risulta parzialmente spiegata in tal modo la differenza tra le due accezioni di senso del termine “luogo comune” riscontrate nel dizionario (cfr. *supra* § 2): nel primo caso, quello della retorica antica, il lc è strumento di persuasione poiché in quell’ambito di discorso viene valorizzato positivamente il già-noto (ossia una lessicalizzazione specifica di quel che abbiamo chiamato genericamente “vecchio”); nel secondo caso, quello dell’estetica moderna, il lc è indice di stupidità poiché lo stesso già-noto viene valorizzato negativamente. A cambiare, insomma, non è il lc come tale, ma la sua valorizzazione, ossia l’omologazione tra la categoria semantica /vecchio vs nuovo/ e la categoria timica /euforia vs disforia/, applicata poi a un qualsiasi oggetto discorsivo²⁶.

4.1.1. *L’uso del quadrato*

Volendo pertanto allargare il discorso, e inserire la questione del valore del lc in una prospettiva storica – per così dire – di lunga durata, alla base di una semiotica del lc dobbiamo porre l’osservazione (provvisoria) che nell’età antica viene valorizzato positivamente il vecchio, nell’età moderna è positivo invece il nuovo, nell’età postmoderna ritorna a esser positivo il vecchio. E se pure questa tripartizione schematica può apparire eccessivamente riduttiva, lo strumento del quadrato semiotico, col quale è stata espansa la categoria semantica in questione (/vecchio vs nuovo/) permette di abbracciare una serie di casi, se non concreti, senz’altro maggiormente determinati. I termini sub-contrari (non-vecchio vs non-nuovo), le zone intermedie delle deissi (non-vecchio _ nuovo, non-nuovo _ vecchio), i termini complesso e neutro (vecchio e nuovo, né vecchio né nuovo) ma, soprattutto, l’*aspettualizzazione* delle operazioni tra i termini in gioco (duratività, intensità, tensione etc.)²⁷ servono infatti a spiegare i numerosi casi in cui le valorizzazioni appaiono meno nette senza per questo essere meno significative.

Così, per esempio, a ben pensarci, nella retorica antica ad assumere il ruolo di valore positivo non è tanto – come pure s’è detto – il vecchio in sé, sostanzialmente assente dalla tecnica oratoria, quanto semmai, più precisamente, il non-nuovo, termine che abbraccia una serie di fenomeni più ampia dell’altro, seppure meno marcata semanticamente: a persuadere l’uditorio non è tanto il fatto che l’argomento adoperato dall’oratore sia vecchio, quanto semmai che non sia del tutto nuovo, ossia difficilmente comprensibile, e dunque, che sia accettabile. Allo stesso modo, è probabile che certe poetiche postmoderne – ha notato Vattimo (1985) – abbiano teso a valorizzare, più che il vecchio in quanto tale, un vecchio che ha il valore di nuovo, un vecchio che è insieme nuovo (termine complesso): usare forme e temi del passato vuol dire – per esempio nella cosiddetta pittura anacronistica dei primi anni Ottanta – schierarsi ancora dalla parte della “tradizione del nuovo” tipica di molta avanguardia (e di molta estetica) novecentesca; un’avanguardia che, a differenza delle precedenti, avendo esaurito ogni forma di trasgressione estetica e linguistica, si volge indietro e recupera più o meno esplicitamente il già-fatto e il già-detto. Da qui, molto probabilmente, la cosiddetta ironia citazionista postmoderna che, giocando con materiali, generi e forme espressive del passato finisce per dar luogo a opere del tutto nuove.

Il nome della rosa – per riprendere un caso celebre che lo stesso autore ha provveduto a motivare²⁸ – usa una molteplicità di *topoi* narrativi della letteratura dei secoli precedenti (p. es. il genere gotico o il *conte philosophique*) o della paraletteratura (p. es. il genere poliziesco) e inserisce intere scene riprese da altri romanzi (p. es. l’episodio iniziale del cavallo Brunello dal

²⁶ L’inserimento della questione del *valore* all’interno dell’analisi semiotica permette di evitare quelle ambiguità presenti in certe teorie che, discutendo appunto del lc, presuppongono la sua valorizzazione negativa, mescolando così il momento analitico con quello della critica sociale e ideologica. Cfr. anche, *supra*, n. 9.

²⁷ Sull’*aspetto*, in senso propriamente semiotico, cfr. Marsciani (1993), e la proposta di un suo inserimento in sede estetica avanzata in Marrone (1992).

²⁸ Cfr. Eco (1983), dove si discute la questione della citazione più o meno esplicita presente in un testo letterario. Cfr., di recente, Dufays (1993) che discute la questione della valutazione letteraria dello stereotipo in testi cosiddetti postmoderni.

Zadig di Voltaire) o motti celebri (p. es. il detto di Wittgenstein secondo il quale «bisogna gettare via la scala con la quale si è saliti»). Ma il fatto stesso di esibire questa mole di materiali “vecchi”, e di strutturarla in un romanzo specifico permette di trasformarli nel loro contrario, di presentare cioè quel romanzo come qualcosa di “nuovo”²⁹.

4.1.2. Valori e valenze

A ben guardare, però, l’opposizione /vecchio vs nuovo/, al momento di esser proiettata sul discorso enunciato, tende inevitabilmente a provocare ulteriori giudizi di valore di carattere aletico, etico, estetico, politico etc. In altre parole, l’omologazione che produce le assiologie non avviene soltanto tra una categoria semantica data e la categoria timica. Essa può, o forse deve, avvenire altresì tra diversi sistemi di valori, i quali si collocano perciò in differenti livelli di valorizzazione³⁰. Non è difficile accorgersi per esempio che, nella modernità, il riconoscere come originale (“nuovo”) un certo discorso non vuol dire semplicemente valorizzarlo positivamente; questa valorizzazione positiva costituisce infatti un forte incentivo per riconoscerne anche e soprattutto la verità, o la giustezza, o la bellezza. Si affianca così alla prima valorizzazione positiva una seconda valorizzazione anch’essa positiva.

Diremo pertanto che l’assiologia sinora ricavata (/vecchio vs nuovo/) si colloca gerarchicamente a un livello superiore, mentre queste altre assiologie giocano a un livello gerarchicamente inferiore, dove acquistano senso solo in funzione della prima. Una cosa è il valore, poniamo, d’un oggetto (bello, vero etc.), che è dato dalle assiologie inferiori; un’altra quella che potremmo chiamare la sua *valenza*, data dall’assiologia superiore. Laddove il primo ci fa desiderare gli oggetti, la seconda ci permette più che altro di compararli tra loro e, eventualmente, di scambiarli: il denaro è un valore rispetto alle cose, ma ha a sua volta un valore rispetto all’oro³¹. Ed è evidente che se il valore è manifesto, ossia direttamente percepibile, la valenza tende a restare nascosta.

Questa differenza di livelli gerarchici tra valori e valenze è di grande importanza, poiché, innanzitutto, spiega il motivo per cui le valenze, seppure decisive nella generazione e nell’organizzazione degli universi di valori (sia collettivi sia individuali), tendono a essere lasciate nell’ombra, ora occultate ora rimosse. Molto spesso, per esempio, nell’estetica contemporanea della vita quotidiana (dove vige più forte che mai l’assiologia moderna che la ricerca artistica ha invece superato), quando qualcuno considera bello un certo oggetto, è convinto di apprezzarlo, per così dire, direttamente; ma se gli si chiede: “perché lo giudichi bello?”, egli risponderà: “perché è originale!” La Moda, si sa, lavora su questo meccanismo di raddoppiamento e di relativo nascondimento del valore in valenza.

Ma la dicotomia valore/valenza permette altresì di spiegare il caso inverso di una valorizzazione, per così dire, deviante, che si ha quando agli oggetti vengono applicate, saltando il livello dei valori, direttamente le meta-valorizzazioni, ossia le valenze, quando cioè li si considera – volendo usare una nota terminologia – per il loro valore di scambio piuttosto che per il loro valore d’uso. [...]

4.2. Il livello narrativo di superficie

Quando si passa dal livello profondo delle strutture elementari a quello più superficiale delle strutture semio-narrative, accade che i valori passino – come si è accennato – dallo stato virtuale

²⁹ I dibattiti critici a cui questa operazione scrittoria ha dato luogo hanno origine proprio in questa doppia possibile valorizzazione del romanzo: laddove l’autore insisteva sulla novità del prodotto finale, alcuni critici hanno sottolineato la vecchiezza dei materiali utilizzati.

³⁰ Sugli assi valoriali, e le loro relative omologazioni, cfr. Blanché (1979) e Calabrese (1987). Questo principio è stato utilizzato esplicitamente per la questione del lc in Marrone (1989a).

³¹ Sulla differenza tra *valore* e *valenza*, cfr. Fabbri (1991), e in generale tutto il numero 8 di *Carte semiotiche* dedicato alla valorizzazione.

a quello attuale e, se congiunti con un soggetto, arrivino infine allo stato *realizzato*. Certi oggetti (e, nel nostro caso, certi oggetti-discorso) vengono investiti dai valori positivi diventandone semplici supporti, diventando, cioè, *oggetti di valore*, alla cui ricerca vengono posti *soggetti* e *antisoggetti*. Soggetto e oggetto acquistano un'esistenza semiotica giusto in forza della loro relazione, determinata dal valore, e si trasformano nel corso della storia in seguito a congiunzioni e disgiunzioni, ancora una volta, con il valore.

Alla dimensione prettamente *pragmatica*, quella delle azioni del soggetto finalizzate alla ricerca dell'oggetto di valore, occorre però sovrapporre una dimensione specificamente *cognitiva*, che, per così dire, incornicia l'azione mediante un sapere. Il soggetto, infatti, prima di passare all'atto, deve acquisire la *competenza* necessaria, deve cioè, per poter-volere l'oggetto, conoscere il valore in esso inscritto. Egli stipula così una sorta di contratto con un *destinante* che gli fornisce tale sapere sui valori. Sarà poi questo stesso destinante a *sanzionare* l'azione compiuta dal soggetto, a valutarne la rispondenza con i valori in gioco, a ri-conoscere l'operato del soggetto ed esprimergli eventualmente la propria riconoscenza.

Se dunque, come s'è detto, la comunicazione può essere intesa come una forma particolare di narrazione, e il lc – come pensava Barthes – si manifesta al suo interno al momento della sanzione interpretativa del destinante finale, l'intero meccanismo risulta più chiaro. Prendiamo – per spiegare il passaggio dal livello dei valori a quello semio-narrativo e la strutturazione interna di quest'ultimo – un solo caso, quello della modernità, ossia del lc nel suo uso corrente, quello di cui parlava Barthes³². Qui il destinatario della comunicazione (o *enunciataro*), assumendo il ruolo di destinante finale, sanziona negativamente il valore dell'oggetto-discorso che gli viene comunicato, disconoscendone la validità complessiva. Egli possiede infatti lo stesso sistema virtuale di categorie del soggetto-enunciatore, ma applica all'inverso l'omologazione tra il sistema di categorie semantiche (/vecchio vs nuovo/) e la categoria timica (/euforia vs disforia/). Riconoscendo nel discorso del soggetto-enunciatore elementi a lui già noti, il destinante-enunciataro cambia di segno i valori in esso iscritti, quei valori che il soggetto-enunciatore si adoperava a veicolare, mediante il suo *fare persuasivo*, insieme al suo discorso. Accade così che quel discorso acquisti, rispetto alla metavalorizzazione /vecchio vs nuovo/, un valore negativo e, rispetto alle altre assiologie aletiche, etiche, estetiche etc. altrettanti valori negativi.

Questa denegazione del sistema assiologico su cui si regge il *contratto di veridizione* fa sì che a esser sanzionata negativamente non sia soltanto la *performance* comunicativa del soggetto ma la sua stessa competenza. Il soggetto-enunciatore infatti, crede di operare, per quel che gli riguarda, all'interno di una classica *comunicazione partecipativa*, offrendo il suo sapere in *dono* all'enunciataro e restandone tuttavia in possesso. L'enunciataro però, rifiutando il valore dell'oggetto offertogli in dono, si situa in una dimensione trascendente rispetto al soggetto e considera la prassi comunicativa di quest'ultimo come una *prova* qualificante fallita. Chi parla per llcc è dunque – come diceva Flaubert – uno stupido, poiché si fa enunciataro della parola di tutti, senza per altro saperlo: è un soggetto d'enunciazione privo della competenza necessaria per enunciare, ossia per essere un vero e proprio soggetto; di più: è un presunto soggetto che opera senza aver stipulato alcun reale contratto con alcun reale destinante; ed è votato dunque, sul piano comunicativo, al più completo fallimento.

4.2.1. *I simulacri*

Ma le cose si complicano ulteriormente se si tiene conto di almeno tre variabili – che mi limito qui, per ragioni di spazio, a segnalare (ma su cui occorrerà inevitabilmente tornare).

Innanzitutto occorre osservare che – molto spesso, e sicuramente nel caso specifico preso adesso in considerazione – gli attanti in gioco nella comunicazione vengono raddoppiati da

³² Appare evidente pertanto che l'argomentazione che segue non discute *tutti* i possibili casi in cui si dà lc, ma solo questo specifico frangente in cui esso è valorizzato negativamente; anche se poi, fatte le dovute distinzioni (ossia, per esempio, invertendo le prospettive valoriali), questo modo di procedere può essere applicato anche al caso della dialettica e della retorica antiche.

attanti, per così dire, *della rappresentazione*³³. Una cosa è infatti l'attante enunciatore del discorso, il quale per tutta la durata del processo comunicativo non ritiene pertinente il disvalore della banalità, e dunque non coglie il *lc*, ossia, sostanzialmente, non lo proferisce nemmeno³⁴. Altra cosa è il suo *simulacro*, ossia l'immagine che di esso l'enunciatario è portato a costruirsi al momento della sanzione negativa della di lui competenza comunicativa. A esser stupido è solo quest'ultimo, il simulacro, non il primo; a meno che, fatta una verifica concreta (fuoriuscendo cioè dall'analisi semiotica), il soggetto non si trovi a coincidere col suo simulacro.

4.2.2. *La conversazione*

In secondo luogo, non va dimenticato che la comunicazione non consiste mai nella trasmissione unidirezionale, per quanto narrativizzata, di un solo enunciato. Essa è sempre, più o meno manifestamente, un dialogo, un gioco di mosse e contromosse, di repliche e di controrepliche che pone i ruoli dell'enunciatore e dell'enunciatario in una condizione di assoluta reciprocità. È la *conversazione*, e non la comunicazione, l'oggetto d'analisi empirica col quale è bene lavorare. Accade così che, seppure l'istanza dell'enunciazione sincretizzi le competenze di entrambi gli attanti, l'enunciatario assuma il ruolo dell'enunciatore e, nell'azione comunicativa che deve a questo punto compiere, tenga in qualche conto anche il simulacro del suo interlocutore che s'è precedentemente costruito. Dobbiamo insomma chiederci: che cosa si obietta a un *lc*? come rispondiamo a un tale che presumiamo essere uno stupido? non siamo in qualche modo costretti, nonostante sia saltato il contratto di veridizione, a continuare a tenerlo in considerazione, non foss'altro che per mantenere in vita un minimo di civile intersoggettività?

4.2.3. *L'aspettualizzazione*

In terzo luogo, emerge da quanto detto sinora che la comunicazione-conversazione deve essere intesa, non nella sua struttura sistematica, ma nella sua *processualità*. In quanto processo, essa viene posta dinnanzi a un *terzo attante*, esterno sia all'enunciazione sia all'enunciato, che, osservando le azioni dei soggetti come puri eventi, tende ad aspettualizzarle. Dobbiamo così chiederci: in che momento della durata del processo comunicativo emerge il *lc*? E ci accorgiamo che, se rispetto al (supposto) primo turno di parola esso è terminativo, rispetto al turno successivo è invece incoativo. Ma non è sufficiente: tra i due turni, infatti, è accaduta una profonda trasformazione delle competenze degli interlocutori (e dei loro rispettivi simulacri), una *catastrofe* così profonda che la comunicazione, precedentemente assunta, viene rifiutata, per tornare poi a essere, per così dire, sospesa, tenuta in costante, sospettosa osservazione. È il motivo per cui della stupidità non si è mai del tutto convinti, non ci si rassegna a essa, e ogni volta che la rincontriamo siamo portati a esclamare: "non è possibile!", come se non l'avessimo già sperimentata.

4.3. *Il livello discorsivo*

³³ L'idea degli *attanti della rappresentazione* è stata avanzata nel saggio su "La sfida" presente in Greimas (1983), ed è stata poi ampiamente ripresa da molti autori, tra i quali cfr. soprattutto Landowski (1989).

³⁴ «In una comunità che non comprenderà il luogo comune – scrivevano, come si ricorderà, Barthes e Bouttes (1979: 579) – esso non esisterà più».

Una volta ricostruito il meccanismo profondo su cui si regge la costitutiva valorizzazione del lc, occorre passare alle strutture discorsive e a quelle testuali, ossia all'articolazione e alla manifestazione di quell'enunciato al cui interno sono presenti elementi riconosciuti come già noti e – sempre e soltanto nel caso considerato della modernità barthesiana – conseguentemente svalutati dall'enunciario. Se il livello narrativo fornisce del fenomeno in questione una base comune, dove l'enunciato-lc possiede un destino analogo a quello di qualsiasi oggetto di valore presente in un racconto, gli altri due livelli provvedono a differenziarne contenuti e forme. Il circolo vizioso dell'omonimia e della sinonimia esposto, a proposito del termine “luogo comune”, all'inizio (cfr. § 1) riceve qui la sua spiegazione: una cosa è il lc in quanto sanzione negativa dell'enunciario concernente la competenza comunicativa dell'enunciatore, altra cosa sono le enunciazioni discorsive di quest'ultimo, altra ancora sono le manifestazioni testuali che tali enunciazioni assumono. Ed è evidente che le enunciazioni discorsive e le manifestazioni testuali costituiscano un investimento semantico ed espressivo supplementare dello schema narrativo posto più in profondità.

4.3.1. *Il mondo naturale*

Passando pertanto innanzitutto al livello del discorso, accade che l'oggetto scambiato a livello narrativo (valorizzato positivamente dall'enunciatore e negativamente dall'enunciario) assuma le fattezze di un enunciato ripetitivo o, in termini semiotici più precisi, venga *tematizzato* e *figurativizzato* in quanto lc. A livello del discorso, cioè, l'oggetto di valore viene caricato di ulteriori determinazioni semantiche prese a prestito da quella riserva di senso che è il mondo naturale. Laddove le strutture narrative profonde garantiscono al soggetto dell'enunciazione una competenza enunciativa astratta, il mondo naturale fornisce a esso gli elementi necessari al riempimento figurativo dell'enunciato, al passaggio cioè dalla competenza all'esecuzione.

Ma che cosa si intende, qui, per *mondo naturale*? Occorre aver chiaro che, secondo l'ipotesi semiotica strutturale, esso non è da intendere come un insieme di oggetti o di eventi asemantici che la lingua, rispecchiandoli, dota di significazione. Il mondo naturale è semmai una riserva di tratti *già* semantizzati che, appunto, il discorso convoca al suo interno caricandoli di ulteriori significazioni. Se si assume l'opzione semiotica sino in fondo – se si guarda cioè al mondo non per quel che è ma per quel che significa – occorre ammettere che il famigerato *referente* di cui tanta linguistica e tanta semiotica hanno discusso non è per nulla il dato bruto, originario, esterno alla semiosi, ma il tesoro di forme e motivi già significanti che il discorso utilizza a piene mani nelle sue produzioni di senso. Così, al di là delle interpretazioni filosofiche che è possibile dare a quest'idea – e che non è possibile discutere qui³⁵ –, appare evidente che il fenomeno della stereotipia non è un caso più o meno sporadico interno al discorso, ma è costitutivo del discorso stesso, è ciò mediante cui il discorso prende forma producendo in un sol colpo il soggetto e l'oggetto, l'identità e l'alterità, la lingua e la realtà, il segno e il referente. Il *già* presente nel lc – che dà luogo a investimenti di valore come s'è visto differenti – non è da intendere pertanto in senso banalmente temporale e cumulativo, ma strutturale e generativo. Lo stereotipo non abita nella *doxa* socializzata dalla quale il soggetto deve distinguersi al momento delle sue produzioni discorsive; e non risiede nemmeno nella mente dell'interprete che deve comprendere le produzioni discorsive altrui. Esso è semmai prodotto al momento della *convocazione* delle figure del mondo ricche di determinazioni semantiche all'interno del discorso; o meglio, al momento del rivestimento dei valori del racconto e dei temi del discorso con certe figure e non con altre.

³⁵ Per un'esposizione e una discussione della nozione di *mondo naturale*, cfr. Marrone 1994b.

4.3.2. *Le configurazioni discorsive*

Si ritrova così, nel livello discorsivo del percorso generativo del senso, innanzitutto la questione dei *topoi* poetici e letterari, materiale semantico che, presentandosi e ripresentandosi nei testi, costituisce le tradizioni di riferimento di opere e autori in spazi e tempi diversi³⁶. In questo stesso livello occorre altresì collocare e, conseguentemente, ripensare l'annoso problema dei *motivi*, sia dal punto di vista dell'etnoletteratura sia da quello dell'iconologia³⁷. Si tratta di fenomeni comunicativi apparentemente di varia natura e funzione, che la ricerca semiotica deve per lo più ancora studiare, non foss'altro che per ricondurli a una tipologia unitaria e operativa, a un modello teorico i cui elementi costitutivi risultino interdefiniti tra di loro. Secondo tale modello – un modello che, come sarà già chiaro, tende a mantenere la centralità del testo rispetto ai fantasmi dell'intertesto o del contesto – occorre sostanzialmente rovesciare la maniera tradizionale in cui *topoi* e motivi sono stati pensati: piuttosto che cercare di ricostruire la fonte testuale a partire da cui un *topos* o un motivo ha circolato in altri testi, riesce più agevole partire da un testo dato per vedere il modo in cui il *topos* o il motivo è stato, per così dire, accolto, il modo in cui cioè esso è stato articolato con i valori, i soggetti, gli oggetti, i temi e le figure che quel testo, da parte sua, ha allestito. È la questione di quelle che la semiotica ha chiamato *configurazioni discorsive*, dove non si tratta più di prendere in considerazione la struttura interna di un singolo elemento discorsivo (poniamo, un microracconto) e le sue eventuali ricorrenze o trasformazioni nel tempo e nello spazio. Si tratta semmai di rendere conto del nesso tra la forma interna di questo elemento e le “strutture di ricezione” (che sono, come s'è visto, narrative) al cui interno esso va di volta in volta a inserirsi. Così, in quanto unità ricorrente in racconti diversi, la configurazione discorsiva si presenta come un'invariante, come una sorta di lc del discorso con un suo significato risaputo e talvolta sbiadito; ma dal punto di vista delle strutture narrative profonde, per definizione fisse e quasi-universali, il motivo sarà invece una variabile, un elemento di superficie, un'unità tematica e figurativa che acquista un senso ogni volta diverso sulla base delle specifiche interazioni che di volta in volta intrattiene con l'armatura narrativa sottostante. Se viene considerato in quanto tale, astratto dal testo nel quale si trova, il motivo (o il *topos*) sarà un semplice lc, un'idea o una figura banale e risaputa; se invece lo si inquadra in un discorso specifico, ossia lo si inserisce nelle strutture inglobanti allestite dal testo, esso acquisterà una significazione autonoma, affatto differente rispetto a tutte le altre possibili configurazioni – *ma proprio in rapporto a esse*. La questione della banalità e quella dell'originalità (non solo letterarie ma anche conversazionali) si intersecano pertanto fra di loro.

Così, entrambe le questioni – quella dei *topoi* e quella dei motivi – possono essere ripensate all'interno dei livelli tematico e figurativo della semantica del discorso: possono acquisire il carattere di lc non solo, come si è detto, un microracconto, ma anche e soprattutto un *tema* (la ricerca del sapere, la transitorietà della vita) o una *figura* (la luce, la rosa) o – ed è questo il punto – l'*omologazione* tra un tema e una figura (l'acquisizione della verità come passaggio dal buio alla luce, la transitorietà della vita come l'appassire di una rosa)³⁸. Il lc non si manifesta quando si importano in un'opera, un discorso o un messaggio elementi estetici, discorsivi o linguistici già usati e circolanti nella società. Esso è presente semmai quando si riconoscono all'interno di quell'opera, quel discorso o quel messaggio tipi di omologazione tra valori, temi e figure in precedenza sperimentati e a poco a poco usurati. In caso contrario, occorrerà ammettere, con apparente paradossalità, che il lc è soprattutto un «principio di trasformazione

³⁶ Sui *topoi*, su cui la semiotica teorica non ha particolarmente lavorato, oltre l'ormai classico Curtius (1948), cfr., per quel che riguarda la letteratura francese, Melançon (ed.) (1977), e, per quel che riguarda quella italiana, Pozzi (1984).

³⁷ Sul modo in cui la nozione di *motivo* è stata ripresa in sede semiotica, cfr. Avalle (1977), Calabrese (1985), Courtés (1986, 1994), Marrone (1989b), Vincensini (1991).

³⁸ Dopo tali indagini diventerà più chiara, molto probabilmente, la ragione per cui, come si sarà notato, i llcc sono molto spesso figure retoriche usurate, ossia accezioni di senso di termini o sintagmi di cui si mette in evidenza una presunta artificiosità. Sul nesso tra *topoi* e metafore, in chiave fenomenologico-semiotica, cfr. Ouellet (1992: 205-222).

alchemica del nostro sapere sul mondo» (Fabbri 1994): è infatti la struttura stessa del processo di discorsivizzazione che usa il lc, più che per negarlo, per affermarlo.

Ed è evidente che la stessa cosa potremmo ipotizzare per quel che riguarda le *strutture testuali* – sulle quali, com'è noto, la semiotica generativa deve tuttora approfondire la ricerca. In esse si attua, per così dire, l'incontro del piano del contenuto (generato sinora) con il piano dell'espressione (anch'esso strutturato a più livelli), sia esso di carattere verbale, plastico, cinesico, musicale etc. Si pone qui, finalmente, la questione della semiosi, della manifestazione concreta dell'atto semiotico, in una parola: del segno. E, se, come diceva Barthes, in ogni segno sonnecchia uno stereotipo, sappiamo adesso che questo stereotipo è qualcosa di molto complesso e insieme di inevitabile: basta sapere che *clichés*, frasi fatte, modi di dire, proverbi, espressioni idiomatiche, stereotipi visivi, gestuali, musicali etc. non sono altro che i prevedibili risultati della *testualizzazione* di molti dei fenomeni precedentemente nominati. In altri termini: a fare un lc non è quel che si dice (contenuto), e nemmeno il modo in cui lo si dice (espressione), ma il modo in cui le due cose si intrecciano tra loro: dire le stesse cose allo stesso modo o – rovesciando la prospettiva – proferire allo stesso modo le stesse cose.

5. Conclusioni

Col che non s'è certo risolto il problema della riconoscibilità testuale del lc sollevato da Barthes, ma s'è forse indicata la strada per affrontarlo. Piuttosto che rinunciare all'analisi invocando una *mathesis singularis* tanto fascinosa quanto improbabile, e piuttosto che delegare alle sbrigative cornici della storia e della società le ragioni di fenomeni che non si sanno spiegare altrimenti, invocando un relativismo culturale di comodo, è preferibile rilanciare la scommessa della spiegazione testuale, persistendo in quella vocazione empirica che la semiotica non ha mai voluto trascurare.

La prosecuzione della ricerca semiotica sul lc dovrà in questo senso tenere in considerazione alcuni punti chiave che spero di esser riuscito a motivare in questo articolo. Una loro elencazione conclusiva potrà riuscire pertanto utile.

(i) In primo luogo, occorre mettere tra parentesi la sanzione negativa del lc che, in quanto possessori di un determinato sistema di valori, l'analista o il teorico sono – più o meno volontariamente – portati a dare: una cosa è la critica del lc che circola nella *doxa*, altra cosa sono la sua definizione e la sua spiegazione semiotiche, che questa stessa critica devono includere nel loro lavoro teorico.

(ii) Per far questo, è necessario spostare lo sguardo analitico dall'enunciato vero e proprio, dove il lc è inserito, al momento della sua enunciazione: è in questo momento infatti che un determinato frammento di discorso o di testo riceve una precisa valorizzazione, ora positiva ora negativa ora intermedia. Più che un fenomeno cognitivo di stabilizzazione dell'enunciato, il lc è il risultato di un evento comunicativo che mette in causa l'interazione tra soggetti e i patemi che in essa inevitabilmente circolano.

(iii) Del resto, una volta innestato nelle strutture del discorso e, poi, del testo, il lc tende a modificare tali strutture, modificando altresì se stesso. Per questa ragione, più che considerare i llcc come pacchetti di conoscenze acquisite che circolano indisturbati in una serie di testi diversi, svalutandone (o rivalutandone) l'efficacia comunicativa, occorre vedere in che modo quei testi diversi recepiscono al loro interno i llcc, trasformandoli e trasformandosi.

(iv) Tutto questo porta a un ripensamento, non solo del lc, ma anche di ciò che a esso generalmente, nella modernità, gli si oppone: la riuscita estetica, da un lato, la verità scientifica, dall'altro. Se infatti le valorizzazioni estetica e aletica sono, come si dice, legate ai contesti culturali entro cui vengono prodotte, è soprattutto perché esse sono fortemente influenzate da una valorizzazione più profonda: quella che distribuisce le valenze del vecchio e del nuovo. Così, non appena la sanzione negativa dell'enunciario rimuove il contratto di veridizione (o, in altro ambito discorsivo, il patto estetico), la verità che prima circolava diviene lc, ossia non verità. Se, come diceva Nietzsche, la verità è il risultato della solidificazione di antiche metafore, il lc non è altro che la sua messa in questione. La verità, cioè, è un lc non ancora svelato.

AMOSSY Ruth

1991 *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Nathan, Paris.

AMOSSY Ruth e ROSEN Elisheva

1982 *Le discours du cliché*, CDU/SEDES, Paris.

AVALLE D'Arco Silvio

1977 "Da Santa Uliva a Justine", introduzione a Veselovski-Sade, *La fanciulla perseguitata*, Bompiani, Milano.

BARTHES Roland

1957 *Mythologies*, Seuil, Paris; tr. it. *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino 1974.

1964 "Eléments de sémiologie", *Communications*, 4; tr. it. *Elementi di semiologia*, Einaudi, Torino 1966.

1970 "L'ancienne rhétorique, aide-mémoire", *Communications*, 16; tr. it. *La retorica antica*, Bompiani, Milano 1972.

1978 *Leçon*, Seuil, Paris; tr. it. *Lezione*, Einaudi, Torino 1981.

BARTHES Roland e BOUTTES Jean-Louis

1979 "Luogo comune", *Enciclopedia*, vol. VIII, Einaudi, Torino.

BLANCHE Robert

1979 *Des catégories esthétiques*, Vrin, Paris.

BOTTANI Andrea e PENCO Carlo (eds.)

1991 *Significato e teorie del linguaggio*, Angeli, Milano.

BRUNSCHWIG Jacques

1967 "Introduction" a Aristotele, *Les Topiques*, Les belles lettres, Paris.

CALABRESE Omar

1985 *La macchina della pittura*, Laterza, Bari.

1987 *L'età neobarocca*, Laterza, Bari.

COQUET Jean-Claude et al.

1982 *Sémiotique. L'Ecole de Paris*, Hachette, Paris.

COURTES Joseph

1986 *Le conte populaire: poétique et mythologie*, P.U.F., Paris; tr. it. *La fiaba: poetica e mitologia*, Centro scientifico, Torino 1992.

1994 "Un 'lieu commun' en ethnolettérature: le 'motif'", in Landowski e Semprini (eds.) 1994.

CURTIUS Ernst Robert

1948 *Euroäische Literatur und lateinisches Mittelalter*, A. Francke, Bern; tr. it. *Letteratura europea e Medio Evo latino*, La Nuova Italia, Firenze 1992

- DANLOS Laurence (ed.)
1988 *Les expressions figées, Langages* 90.
- DE CERTEAU Michel
1980 *L'invention du quotidien*, U.G.E., Paris.
- DE PATER William A.
1968 "La fonction du lieu e de l'instrument dans les *Topiques*", in *Aristotle on Dialectic: The Topics*, Owen G.E.L. (ed.), Oxford University Press, Oxford.
- DE MAURO Tullio
1982 *Minisemantica*, Laterza, Bari.
- DUFAYS Jean-Louis
1993 "Stéréotypes, lecture littéraire et postmodernisme", in Plantin (ed.) 1993.
- ECO Umberto
1964 *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
1975 *Trattato di semiotica generale*, Bompiani, Milano.
1979 *Lector in fabula*, Bompiani, Milano.
1983 "Postille al *Nome della rosa*", *Alfabeta*, 49.
1984 *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Einaudi, Torino.
1990 *I limiti dell'interpretazione*, Bompiani, Milano.
1994 *Sei passeggiate nei boschi narrativi*, Bompiani, Milano.
- FABBRI Paolo
1991 "La passione dei valori", *Carte semiotiche*, 8.
1994 "Douze esquisses sur les lieux communs", in Landowski e Semprini (eds.) 1994.
- FLOCH Jean-Marie
1990 *Sémiotique, marketing et communication*, P.U.F., Paris; tr. it. *Semiotica, marketing e comunicazione*, Angeli, Milano 1992.
- FREDERIC Madeleine
1985 *La répétition. Etude linguistique et rhétorique*, Max Niemeyer, Tübingen.
- GOFFMAN Erving
1974 *Frame Analysis*, Harper and Row, New York.
- GREIMAS Algirdas J.
1966 *Sémantique structurale. Recherche de methode*, Larousse, Paris; tr. it. *Semantica strutturale*, Rizzoli, Milano 1968.
1970 *Du sens*, Seuil, Paris; tr. it. *Del senso*, Bompiani, Milano 1974.
1983 *Du sens II*, Seuil, Paris; tr. it. *Del senso 2*, Bompiani, Milano 1985.
1987 *De l'imperfection*, Pierre Fanlac, Périgueux; tr. it. *Dell'imperfezione*, Sellerio, Palermo 1988.
- GREIMAS Algirdas J. e COURTES Joseph
1979 *Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris; tr. it. *Semiotica, Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, La casa Usher, Firenze 1986.
1986 *Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Tome II, Hachette, Paris.
- GROSS Maurice
1982 "Une classification des phrases figées du français", *Revue québécoise de linguistique*, 11.

- 1970 *Rhétorique générale*, Larousse, Paris; tr. it. *Retorica generale*, Bompiani, Milano 1976.
- GRUNIG Blanche
 1990 *Les mots de la publicité*, Presses du CNRS, Paris.
 1993 “Signifiants reçus, processus de saturation et paramètres”, in Plantin (ed.) 1993.
- HERSCHBERG-PIERROT Anne
 1980 “Problématiques du cliché”, *Poétique*, 43.
- JOHNSON Mark
 1987 *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*, Chicago University Press, Chicago.
- KERBRATH-ORECCHIONI Cathérine
 1986 *L'implicite*, Colin, Paris.
- KLEIBER Georges
 1990 *La sémantique du prototype. Catégories et sens lexical*, P.U.F., Paris.
- LA FAUCI Nunzio
 1993 “Lessico”, relazione per il Congresso dell’AISS *Il lessico della semiotica*, Milano, 7-9 ottobre; di prossima pubblicazione.
- LAKOFF George
 1987 *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories reveals about the Mind*, Chicago University Press, Chicago.
- LAKOFF George, JOHNSON Mark
 1980 *Metaphors we live by*, Chicago University Press, Chicago; tr. it. *Metafora e vita quotidiana*, Espresso Strumenti, Milano.
- LANDOWSKI Eric
 1989 *La société réfléchie*, Seuil, Paris.
- LANDOWSKI Eric e SEMPRINI Andrea (eds.)
 1994 *Le lieu commun, Protée*, 22, 2.
- LAUSBERG Heinrich
 1949 *Elemente des literarischen Rhetorik*, Max Hueber, München; tr. it. *Elementi di retorica*, Il Mulino, Bologna 1969.
- LEROUX Georges
 1985 “Du topos au thème”, *Poétique*, 64.
- LOTMAN Jurij
 1970 *Struktura chudozovennogo teksta*, Iskusstvo, Moskva; tr. it. *Struttura del testo poetico*, Mursia, Milano 1976.
- LYONS John
 1977 *Semantics*, Cambridge University Press, London; tr. it. *Manuale di semantica*, Laterza, Bari 1980.
- MAGLI Patrizia, MANETTI Giovanni e VIOLI Patrizia (eds.)
 1992 *Semiotica, Storia Teoria Interpretazione, Saggi intorno a Umberto Eco*, Bompiani, Milano.
- MARCHESE Angelo
 1978 *Dizionario di retorica e di stilistica*, Mondadori, Milano.

MARRONE Gianfranco

- 1987 "Cautio elogio della consistenza. Al di là del barthismo", in *Chi ci libererà dai greci e dai latini? Le riscritture dei classici*, Petrone Gianna (ed.), Palermo (= Annali della Facoltà di Lettere e Filosofia, Studi e ricerche, 12).
- 1988a "Le solite cose. Appunti sul cliché nel testo letterario", in *La traccia letteraria*, Puglisi Gianni (ed.), Marsilio, Venezia (= Kronos, 2).
- 1988b *Due problemi aristotelici*, Palermo (= Quaderni del Circolo Semiologico Siciliano, 30).
- 1989a "Effetti di falsità. I luoghi comuni", in *La menzogna*, Marrone Gianfranco (ed.), Palermo (= Quaderni del Circolo Semiologico Siciliano, 34-35).
- 1989b "Il tema del motivo", relazione per il Seminario internazionale *Iconologia e oltre*, Palermo, 18-21 dicembre; di prossima pubblicazione.
- 1990a *Stupidità e scrittura*, Flaccovio, Palermo.
- 1990b "La ripetizione neobarocca", *Acquario*, 3 n.s.
- 1992 "Arti del tempo, arti dell'aspetto", *Laocoonte 2000*, Palermo (= Aesthetica preprint, 35).
- 1993 "Significato, contenuto, senso", relazione per il Congresso dell'AISS *Il lessico della semiotica*, Milano, 7-9 ottobre; di prossima pubblicazione.
- 1994a *Il sistema di Barthes*, Bompiani, Milano.
- 1994b "Le sottisier comme genre discursif", in Landowski e Semprini (eds.) 1994.
- 1994c "Figuratività e mondo naturale", relazione per il Convegno nazionale dell'AISE *Significati e valore della Natura nel pensiero estetico di Oriente e di Occidente*, Trento, 11-12 aprile; di prossima pubblicazione.

MARSCIANI Francesco

- 1993 "Aspetto", relazione per il Congresso dell'AISS *Il lessico della semiotica*, Milano, 7-9 ottobre; di prossima pubblicazione.

MARSCIANI Francesco e ZINNA Alessandro

- 1991 *Elementi di semiotica generativa*, Esculapio, Bologna.

McLUHAN Marshall

- 1970 *From Cliché to Archetype*, The Viking Press, New York; tr. it. *Dal cliché all'archetipo*, SugarCo, Milano 1987.

MELANÇON Robert (ed.)

- 1977 *Le lieu commun, Etudes françaises*, 13, 1-2.

MORTARA-GARAVELLI Bice

- 1988 *Manuale di retorica*, Bompiani, Milano.

OUELLET Pierre

- 1992 *Voir et savoir*, Les Editions de Balzac, Candiac.

PLANTIN Christian (ed.)

- 1993 *Lieux communs. Topoi, stéréotypes, clichés*, Kimé, Paris.

PERELMAN Chaim e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie

- 1958 *Traité de l'argumentation, La nouvelle rhétorique*, P.U.F., Paris; tr. it. *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Einaudi, Torino 1966.

PEZZINI Isabella

- 1992 "Le passioni nel *Lector*", in Magli-Manetti-Violi (eds.) 1992.

PLEBE Armando

- 1968 *Breve storia della retorica antica*, Laterza, Bari.

POZZATO Maria Pia

- 1992 "L'analisi del testo e la cultura di massa nella sociosemiotica strutturale", in *I mass media tra testo e contesto*, Grandi Roberto (ed.), Lupetti, Milano.

PUTNAM Hilary

1975 "Meaning, Reference and Stereotypes", *The Journal of Philosophy*, 70; tr. it.
"Significato, riferimento e stereotipi", in Bottani e Penco (eds.) 1991.

RASTIER François

1991 *Sémantique et recherches cognitives*, P.U.F., Paris

RIFFATERRE Michael

1971 *Essais de stylistique structurale*, Flammarion, Paris.

RUWET Nicolas

1983 "Du bon usage des expressions idiomatiques dans l'argumentation en syntaxe
générative", *Recherches linguistiques*, 11.

THIONVILLE Eugène

1855 *De la théorie des lieux communs dans les Topiques d'Aristote et des principales
transformations qu'elle a subies jusqu'à nos jours*, Durand, Paris.

VATTIMO, Gianni

1985 *La fine della modernità*, Garzanti, Milano.

VINCENSINI Jean Jacques

1991 "Le motif, champ morphogénétique du discours", *Versus*, 58.

ZUMTHOR Paul

1981 "Topique et tradition", *Poétique*, 7.