CHI E DOVE NELLA COMUNICAZIONE

introduzione di Gastone Favero

Chi studia che cosa nel settore delle comunicazioni di massa in Italia. / La geografia dei centri e degli uomini che guardano dentro ai processi di informazione.

EDITORIALE VALENTINO

CHI E DOVE NELLA COMUNICAZIONE

introduzione di Gastone Favero

Chi studia che cosa nel settore delle comunicazioni di massa in Italia. / La geografia dei centri e degli uomini che guardano dentro ai processi di informazione.

EDITORIALE VALENTINO

Prima edizione: Gennaio 1975
CL 32 - 2001 - X

GASTONE FAVERO

COMUNICAZIONE E RICERCA IN ITALIA

I processi di comunicazione sono certamente uno dei momenti qualificanti dell'attività collettiva. Non solo, infatti, essi costituiscono uno dei fattori di acculturazione e di socializzazione di nuovi membri al gruppo, ma sono anche fattori di integrazione sociale, in quanto rendono possibile la riproduzione delle strutture sociali secondo gli obiettivi del gruppo stesso.
Tuttavia, proprio perché nei processi di comunicazione è possibile individuare una delle circostanze fondamentali di sopravvivenza dei gruppi sociali (di quelli umani come di quelli animali), la riflessione intorno alla loro natura ed alle loro modalità si è solitamente dirottata lungo linee complesse.
Da una parte, in ragione d'un fenomeno come quello dell'informazione che costituisce il minimo comun denominatore di tutti gli episodi comunicativi, sembra aver prevalso una sorta di inclinazione totalizzante che, riconducendo tutti i momenti critici della vita in comune sotto l'egida della comunicazione, ne ha per così dire smarrito i termini contestuali ed alternativi: "comunicare vuol dire comunicare", s'è detto con tautologica concisione, finendo così per fare nuovamente coincidere, su una falsariga pretestuosamente fenomenologica, il *verum* con il *factum*, e trascurando in tal modo la possibilità di molteplici generi e caratteri della comunicazione, in una parola la sua motivazione "politica", ed anche quelle circostanze in cui comunicare vuol dire sostanzialmente fingere di comunicare.

Dall'altra parte, l'equivoco è stato invece relativo ad una tradizione di settorialità conoscitiva e di corporativismi disciplinari, che hanno scisso il fenomeno della comunicazione, privilegiando campi e polarizzazioni della realtà sociale interessanti solo perché interessati, e mancando quindi l'obiettivo di far coincidere con l'innovazione sociale una consapevole e responsabile innovazione conoscitiva.
Ma, appunto in quanto quello della comunicazione è momento fluente e catalizzatore dell'interesse pubblico come di quello privato, in esso "politica della conoscenza" e "conoscenza della politica" non possono che confluire, cominciando da una critica ricognizione dei criteri e delle limitazioni che la stessa comunicazione sulla comunicazione può rilevare in ragione delle proprie connotazioni di parte e di mestiere. Si dovrebbe quindi giungere ad uno stadio di consapevolezza in cui la implicita gerarchizzazione del "riflettere su" influisca nello stesso oggetto della riflessione, determinandosi come uno dei suoi aspetti possibili e quindi anche come una delle sue possibili alternative. Di fronte alla vastità dell'impatto dei *media* ed alla vivacità delle innovazioni tecnologiche che li caratterizzano, la ricerca sui *mass media*, e soprattutto la ricerca sociologica, occupa uno spazio abbastanza ridotto non tanto come numero e volume di contributi, ma soprattutto come incisività e significatività di apporti alla conoscenza del fenomeno. Da questa constatazione alla coscienza di uno stato di tensione e di smarrimento il passo è abbastanza breve. D'altra parte questo disagio caratterizza in modo abbastanza palese tutto l'universo della ricerca sociologica, a livello politico, istituzionale, teorico e metodologico (si vedano a questo proposito gli interventi di studiosi provenienti da tradizioni intellettuali diverse come Lazarsfeld, Hoffman, Gouldner, Touraine, Me Quaïl).
La crisi in cui si dibatte la sociologia è certamente legata alle contraddizioni che accompagnano i processi di cambiamento sociale. Situato in una posizione particolarmente scomoda il sociologo vede il suo ruolo soggetto a radicali trasformazioni: da semplice produttore di conoscenza egli si vede attribuire un ruolo

di "ingegnere", di manipolatore o quantomeno di strumento di manipolazione dei sistemi sociali.
Una situazione, questa, non nuova nel mondo della scienza e che ha un suo illustre precedente nella crisi di coscienza in cui sono piombati gli scienziati atomici l'indomani dello scoppio della bomba atomica su Hiroshima. Il primo nodo da districare è dunque politico ed esso potrebbe essere definito come "ambiguità" della posizione del sociologo nella società attuale. Un secondo nodo che viene ad incidere sulla "coscienza infelice" del sociologo è la strutturazione dell'universo delle scienze umane. Inizialmente suddiviso in zone d'influenza apparentemente ben stabilite ed universalmente, o quasi, riconosciute (sociologia, scienza politica, antropologia, psicologia sociale, psicologia, eccetera), l'universo delle scienze umane si trova costantemente sottoposto a meccanismi di destrutturazione e di ristrutturazione dall'irrompere di nuove discipline, di ipotesi interdisciplinari o di aspirazioni totalizzanti (cibernetica e teoria dell'informazione, teoria dei sistemi, socio-linguistica ed antropologia strutturale) che vengono a sconvolgere i suoi già precari equilibri istituzionali, mettendo anche in questione un *corpus* di teorie e di metodologie che non hanno ancora raggiunto uno stadio di sufficiente maturità o, in altri termini, che non hanno ancora dato tutto quello che potevano dare. Il terzo nodo critico si situa appunto a livello teorico e metodologico. Il vivace dibattito che caratterizza questo aspetto delle scienze dell'uomo mostra chiaramente come il problema sia ancora lontano dalla soluzione, se pur esiste una soluzione. Non si conoscono in sociologia sistemi teorici capaci di produrre, secondo le indicazione di Popper, delle teorie falsificabili. I tentativi effettuati finora non hanno dato risultati probanti. Ora, l'esistenza di una buona metodologia di ricerca è sempre necessariamente legata all'esistenza di una buona teoria. Quando quest'ultima viene a mancare, il ricercatore è costretto a muoversi senza guida sicura in un labirinto di tecniche o, ancora peggio, a scegliersi un certo numero di tecniche sperimentali che rischierà di trasformare in mere ricette.

A questo proposito si deve anzitutto rilevare l'importanza del discorso sulle potenzialità della ricerca interdisciplinare, quando essa implichi il riconoscimento che la frontiera fra le varie discipline facenti capo alle scienze umane non passa attraverso più o meno arbitrari sezionamenti del mondo "reale", ma piuttosto attraverso la produzione di sistemi teorici e concettuali riferibili alle diverse sfere dell'azione individuale e collettiva. L'ipotesi interdisciplinare diventerebbe allora altra cosa che il processo di riduzione unidimensionale dei modelli applicati all'azione individuale e collettiva: tentazione, questa, sempre presente laddove il sezionamento fra le discipline non segue confini teoricamente rilevanti.

Per quanto riguarda l'elaborazione di sistemi teorici capaci di sopportare l'applicazione delle procedure logiche della falsificazione, da un lato, e di guidare efficaci strategie euristiche, dall'altro, due sono, attualmente, le direzioni possibili: la linea "deduttiva", seguita da Parsons ed alcuni altri, e la linea "induttiva", che sembra essere sottesa alla proposta mertoniana delle "teorie a medio termine". Qualunque sia la soluzione adottata, resta il fatto che non è concepibile un qualificato lavoro scientifico senza un serio bagaglio teorico al quale riferire l'impostazione delle ricerche e l'analisi dei dati.

LE CARATTERISTICHE DISCIPLINARI DELLO STUDIO SUI MEDIA

Anche la ricerca sui *mass media* nell'ambito della più generale crisi che travaglia la conoscenza sociologica si sta interrogando, e non solo nel nostro paese, sulla validità dei suoi risultati, sulla significatività dei suoi apporti alla comprensione del fenomeno, sui suoi fondamenti teorici e, finalmente, sulle sue prospettive.
Se aggiungiamo a questi elementi la vivacità delle innovazioni, ci rendiamo conto che la pubblicazione di questo "censimento delle risorse" sullo studio dei *media* può diventare un'occasione di arricchimento degli scambi per una migliore conoscenza dei processi di comunicazione in una società complessa e per una loro migliore utilizzazione.
La prima cosa da dire è che noi ci troviamo ancora di fronte alla concentrazione di numerose ricerche attorno a particolari problemi posti dalle comunicazioni di massa. Tale concentrazione si è operata senza che apparisse, anche in filigrana, un disegno organico e strutturante, sia dal punto di vista degli obiettivi, sia da quello dell'impostazione teorica.
In realtà, per quanto concerne gli obiettivi, un certo disegno appare in trasparenza: un numero elevato di ricerche sociologiche, secondo quanto ha rilevato Mc Quail, risponde ad obiettivi "amministrativi"e cioè il "censimento e la descrizione dei pubblici, e la misurazione degli effetti immediati prodotti sui soggetti esposti alla comunicazione" (*Sociologia delle comunicazioni di massa*,1973). E' chiaro che, in questo tipo di ricerche, le preoccupazioni amministrative lasciano poco spazio al rigore della costruzione teorica e metodologica, senza parlare poi del condizionamento politico.
Di questo *handicap* sembra che soffra soprattutto la sociologia, mentre risultano meno esposte la psicologia e semiologia.
Ma è appunto la definizione dei rapporti fra le scienze umane più direttamente interessate ai *mass media*: sociologia, semiologia,

psicologia, a costituire il problema fondamentale di ogni riflessione sulle condizioni e le modalità attuali dei fenomeni di comunicazione.
Le discipline suddette si sono sviluppate indipendentemente l'una dall'altra, tagliandosi ognuna un proprio spazio "naturale" e/o "teorico", dotandosi di strumenti metodologici e tecnici propri, secondo il loro maggiore o minore successo nel proprio terreno, senza eccessivamente preoccuparsi di quanto si stava facendo nel "podere" accanto. C'è di più: all'interno dello stesso settore si sono creati dei sottosettori con ambizioni spesso "quasi – disciplinari". In sociologia per esempio si sono costituiti i settori dell'analisi del contenuto, dello studio delle *audiences* e degli effetti; questi settori hanno ben presto cominciato a funzionare ciascuno per conto proprio senza che si fosse istituita una precisa struttura teorica non solo di divisione del lavoro, ma anche, e soprattutto, di scambio fra un settore e l'altro. Noi possiamo certamente tentare di misurare l'influenza differenziale di un messaggio politico su un gruppo di spettatori distinti per sesso, età, istruzione e così via. Ma il messaggio, in questo caso, è un dato analizzato nelle sue modalità e questo impedisce una corretta analisi dei meccanismi di influenza. Parallelamente, attraverso l'analisi del contenuto noi possiamo tentare di ricostruire la articolazione manifesta di un messaggio, ma questa analisi ci dice ben poco sulla struttura sociale del gruppo produttore del messaggio stesso.
D'altra parte, l'analisi del contenuto di tipo classico non ha dato risultati altamente significativi nemmeno al livello dello studio delle strutture manifeste del messaggio, mentre la sua impostazione metodologica non permetteva ad essa di raggiungerne le strutture latenti. E questo non solo perché l'analisi di contenuto non può cogliere che il livello superficiale del significato, ma anche per l'insufficiente conoscenza dei codici di trasmissione.
A questo proposito, la semiologia sembra disporre di frecce più appuntite al suo arco, purché la sua vivacità teorizzante possa tradursi in strumenti metodologici raffinati di analisi. Ma la

semiologia non deve "ridurre" la problematica sociologica al concetto di "senso" dell'azione collettiva. L'azione collettiva si struttura certamente attorno alle configurazioni inconsce delle regole e dei significati, ma non vi si esaurisce.
L'analisi delle strategie degli attori sociali, nella molteplicità delle situazioni nelle quali tali strategie prendono forma, non si riduce all'analisi dei significati e delle regole inconsce, ma deve fare appello anche a concetti sociologici di ruolo, di status, di modalità, di stratificazione, di simmetria o asimmetria di relazioni.
Le esemplari analisi di Lévi-Strauss sulle strutture parentali, sugli scambi inter ed intra-clanici, sulle connessioni mitologiche, esplorano una sfera dell'attività collettiva ma non tutte le sue dimensioni. E questo soprattutto quando ci si imbatte in società, come quelle attuali, in cui i fattori che presiedono ai meccanismi di diversificazione sembrano corrispondere a criteri diversi da quelli che dominano nelle società studiate dagli antropologi.
L'insufficiente livello di concettualizzazione a cui sono arrivate le scienze umane, assieme al debole legame logico tuttora esistente fra teorie, metodologie o procedure di ricerca e tecniche di analisi si riflettono evidentemente anche sulle scienze delle comunicazioni di massa.
La prima critica concerne la scarsa significatività teorica dei risultati e la loro debole sistemazione in un *corpus* sufficientemente strutturato di conoscenze. Di qui la difficoltà di utilizzare questo *corpus* di conoscenze come punto di partenza per ulteriori sviluppi conoscitivi del problema.
Una seconda critica riguarda gli abbagli presi circa l'entità degli effetti sociali e culturali imputabili all'azione diretta dei *mass media*, e ciò ha obbligato i ricercatori ad una riformulazione abbastanza radicale delle loro ipotesi ed impostazioni di partenza. Di fatto, la struttura logica dei primi schemi di ricerca implicava una causalità in qualche modo diretta fra messaggi e fruitori del messaggio stesso. Anche a causa degli strumenti di rilevazione utilizzati (sondaggi di opinione, sperimentazione diretta, eccetera), si è configurato il fruitore nei termini di un "pubblico" inserito in

una condizione atomizzata e quindi, per definizione, non strutturata. Si sono saltati quindi a pie' pari gli innumerevoli "filtri" costituiti dalle strutture sociali e culturali in cui il fruitore è immerso, ed altrettanto insufficiente è stata l'attenzione accordata alla differenza dei codici attraverso cui si veicola il messaggio.
Un altro rilievo importante riguarda la disarticolazione teorica della maggior parte delle ricerche empiriche: i vari elementi del processo di comunicazione sono visti come momenti in qualche modo indipendenti l'uno dall'atro e non come elementi di una struttura articolata.
D'altra parte , certi elementi della struttura, come gli emittenti, non hanno ricevuto una attenzione adeguata da parte dei ricercatori. In questo modo diventa difficile ricostruire la totalità del processo di comunicazione, a meno di ricorrere a schemi interpretativi troppo astratti (cibernetica, teoria dell'informazione) che comunque non hanno ancora offerto delle prove concrete di capacità euristica.
Ma uno degli *handicap* fondamentali che hanno condizionato l'elaborazione teorica è stato l'aggancio troppo stretto a certe problematiche la cui definizione teorica non è ancora sufficientemente avanzata e che, in tali condizioni, si sono mostrate forse più un peso che una concreta possibilità conoscitiva. Ci riferiamo alla problematica sulla società, la cultura, il comportamento di massa. Ancora oggi è difficile imbatterci in saggi sulle comunicazioni di massa senza che un ampio spazio sia riservato ai problemi della società di massa. Tale schema interpretativo non va evidentemente rigettato a priori, ma esso risente ancora, nella sua formulazione, degli effetti della lunghissima discussione fra "integrati" ed "apocalittici", discussione che ha certamente ritardato una chiara formulazione del problema delle comunicazioni di massa.

PRINCIPALI RISULTATI E TENDENZE DELLA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Abbiamo già detto come una delle componenti presenti nel sentimento di crisi che ha colpito i sociologi delle comunicazioni di massa sia la consapevolezza dell'esiguità dei risultati e della spesso scarsa significatività dei risultati raggiunti. Oltre alla scarsa significatività teorica e metodologica dei risultati, sulla quale abbiamo già avuto occasione di soffermarci, molto spesso si riconosce come le analisi delle scienze umane, e soprattutto della sociologia, abbiano messo in rilievo che i paventati effeti dei *mass media* sul pubblico non si sono verificati o, per lo meno, non si sono verificati con l'intensità prevista. I *tests* più numerosi, anche se forse non molto probanti, sono quelli relativi all'inflenza delle campagne elettorali. Anche se l'analisi degli effetti delle comunicazioni di massa può essere un elemento importante dello studio dei *mass media*, a noi sembra che tale punto di vista si costituisca attorno ad un falso problema. Esso resta legato infatti alla relazione privilegiata che si è stabilita fra società e cultura di massa da una parte e, dall'altra, i *mass media*, con un'ipotesi completamente relativa allo schema, di tipo meccanicistico, dello stimolo-risposta. Con tale bagaglio teorico e metodologico, in realtà abbastanza povero dal punto di vista del contenuto empirico, si è tentato di verificare le ipotesi, pessimistiche e/o ottimistiche, degli effetti della società di massa attraverso l'azione dei *mass media*. E' così che si è potuto introdurre concetti, come "cultura di *élite*" e "cultura di massa", chiaramente poveri di contenuto teorico ed empirico, che hanno però dato vita ai lunghi dibattiti sulla massificazione.

Le ricerche sui *mass media* soprattutto sotto l'angolatura sociologica, hanno comunque dato alcuni apprezzabili risultati. Il primo di questi risultati riguarda il livello di consumo dei *mass media*: un livello abbastanza elevato già all'epoca precedente all' avvento della televisione, come è stato rilevato da Cantrill e Allport nel

1935 (*The Psychology*) e da ricerche più recenti effettuate da Belson (*The Impact of Television*, 1967) per la Gran Bretagna, e da Steiner (*The People Look at Thelevision*, 1963) per gli USA. Un secondo risultato in cui ci si imbatte frequentemente nelle ricerche sui *mass media* riguarda quello che è stato chiamato l'"effetto di sovrapposizione". Per effetto di sovrapposizione si intende che, aumentando le probabilità di esposizione ad una fonte di messaggi, aumenta parallelamente la probabilità di esposizione ad altre fonti. Secondo il Meyersohn (*Television and the Rest of Leisure*, 1968) gli interessi per i vari *mass media* e per il loro contenuto si rafforzano reciprocamente. Altri autori, come Berelson e Steiner, mettono in rilievo il fatto che non sembrano esistere attese specifiche nei riguardi dei diversi *media*, ma che essi, al di là di certe peculiarità, possiedono, al limite, un grado abbastanza elevato di intercambiabilità (*Mass Communications*, 1964).

A questo primo filone di risultati, che hanno ricevuto numerose conferme empiriche, se ne aggiunge un altro: gli studi sulla utilità e le gratificazioni. Si tenta, in questo tipo di ricerche, di studiare le motivazioni che spingono all'uso dei diversi media e le soddisfazioni che gli individui tentano di ricavarne. C'è da dire però che questa linea d'indagine ha ricevuto un 'attenzione abbastanza sporadica e che solo recentemente esso è stato sottoposto in maniera sistematica ad analisi. Dai primi lavori di Herzog (1944) e Warner (1948) questa problematica si è in qualche modo eclissata ed è stata ripresa da Schramm il quale, in uno studio sull'uso della televisione da parte dei bambini in Usa (*La televisione nella vita dei nostri figli*, 1967), mette in rilievo come i giovani consumatori del messaggio televisivo tendano a ricavare da questo consumo due tipi di gratificazioni: la prima è immediata e legata al "Contenuto fantastico", la seconda è differita e si aggancia a quello che Schramm chiama il "contenuto reale".

Ultimo, in ordine di tempo, è lo studio di Katz, Gurrevitch, Haas sull'uso del tempo libero in Israele (1973). Katz, situandosi sulla linea di una serie di ricerche precedenti, trova che i vari *media*

vengono gerarchizzati secondo la loro capacità di soddisfare sistemi di bisogni aventi origine nei ruoli sociali e nelle disposizioni individuali. Non solo i *media* sono in grado di soddisfare bisogni tipicamente "evasivi", ma il loro uso cresce con il crescere della distanza fra l'individuo e il referente, fisico o socio-psicologico , cui si riferisce il bisogno da soddisfare. Oltre alle gratificazioni differenziali offerte in base alle funzioni specifiche di ogni *medium* lo *status* sociale ed il ruolo sociale sono dei fattori importanti che influiscono sulla scelta dei *media*: i soggetti più istruiti sceglieranno, ad esempio, i quotidiani ed i libri, mentre i meno istruiti scelgono la televisione. Quest'ultimo si rivela anche essere il *medium* meno specializzato nella funzione di soddisfazione dei vari tipi di bisogni.

Mentre questi indirizzi di ricerca cominciano a dare i primi risultati, per reagire all'impostazione prevalente (basata sulla dialettica stimolo-risposta, che tendeva a fare, dei consumatori dei *mass media*, delle entità atomizzate) Katz e Lazarsfeld prestano anche attenzione alla struttura del pubblico, cioè alla struttura dei sistemi di relazioni interpersonali entro cui vengono accolti i messaggi provenienti dai *mass media* (*L'influenza personale nelle comunicazioni di massa*, 1968). Per i due autori, il processo di influenza dei *mass media* sul pubblico si presenta come un flusso indiretto: dai *mass media* ai *leaders* d'opinione e da questi agli individui, lungo le reti comunicative esistenti all'interno dei gruppi (soprattutto informali) e fra i gruppi stessi.

Con l'apporto di Katz e Lazarsfeld si comincia a demolire il mito dei *mass media* onnipotenti ed onnipresenti ed essi vengono ricondotti nell'ambito dei processi di comunicazione in generale e delle strutture sociali. In questo modo la struttura di *leadership* del gruppo diventa l'intermediario fra i *mass media* e gli individui.

Tuttavia, malgrado l'innovazione implicita nella tematica del "*two step flows of communication*", non sono ancora stati tentati sviluppi ulteriori in questa direzione. In particolare resta ancora inesplorata la problematica sui *mass media* e le grandi organizzazioni formali. Tale problematica acquista una forte rilevanza non

solo perché un numero sempre più ampio di individui si trova inserito in tali organizzazioni, contemporaneamente alla loro partecipazione ai gruppi informali, ma anche, e soprattutto, perché le organizzazioni formali tendono sempre più ad utilizzare le tecnologie dei *mass media* come supporti di comunicazione. Si dovrà cioè ipotizzare l'esistenza, fra i *mass media* e gli individui, di un doppio filtro: la struttura di *leadership* dei gruppi informali e la struttura dei ruoli nelle organizzazioni formali. L'analisi di questo duplice referente interattivo non potrà per altro che procedere di pari passo, talché l'una e l'altra prospettiva possano vicendevolmente integrarsi realizzando nel discorso analitico l'opportunità dei riscontri dialettici necessari a "tradurre in pratica" le visioni d'insieme.

Non è sufficiente caratterizzare il pubblico attraverso le categorie formali di età, sesso, istruzione, professione, stato civile ed altre variabili di carattere strutturale, culturale, psicologico. Una siffatta descrizione porta certamente alla conoscenza di determinati meccanismi e processi generali, ma contemporaneamente oblitera tutta la problematica della struttura e dei contenuti culturali specifici del gruppo. Malgrado l'azione di standardizzazione della cultura di massa, possiamo dire che questa non intacca in modo definitivo se non una serie di elementi superficiali della struttura culturale di molti gruppi, comunità, sotto-culture,eccetera (almeno in una prima fase). I messaggi dei *mass media* ed i contenuti informazionali della società di massa, infatti, quando arrivano a contatto con queste strutture non solo si scontrano con la preesistente "densità" sociale e culturale, ma anche, verosimilmente, con una più o meno sostanziale diversità di codici. In effetti, affinché si stabilisca un processo di comunicazione fra due unità, è necessario che emittente e ricevente utilizzino lo stesso codice o, per lo meno, che emittente ricevente abbiano a disposizione un certo numero di regole di trasformazione in base alle quali due codici diversi possono venire trasformati e/o ritrasformati l'uno nell'altro.

Gruppi e sottoculture si caratterizzano per una diversità di gradi di

permeabilità ai messagggi centralizzati, ma anche per una diversità di tipi di selettività ed, in ogni caso, per una spesso molto diversa struttura dei codici.
Sotto questo profilo, diventa sempre più necessario ed urgente rompere il silenzio della ricerca a proposito dei processi sociali di produzione e diffusione dei messaggi. Noi sappiamo ancora molto poco sui micro-ambienti produttivi di messaggi, sulla loro utilizzazione, sul loro funzionamento, sui modi di inserimento nei cicli di produzione dei messaggi, sulle regole di strutturazione dei codici e, finalmente, sui rapporti di questi micro-ambienti con l'organizzazione sociale in cui si trovano inseriti. Eppure il momento di produzione e diffusione dei messaggi è un momento centrale nei processi di comunicazione. Si ripete anche in questo campo un fenomeno molto curioso (per non dire grave): il disinteresse e l'incapacità delle scienze umane di affrontare con analisi rigorose i problemi della produzione, sia essa economica, culturale o scientifica. Le teorie dominanti sull'imprenditorialità o sulla creatività culturale e scientifica, di tipo esclusivamente psicologico, hanno completamente sviato la riflessione e l'analisi da questi processi, il cui peso nei meccanismi di sviluppo risulta per altro decisivo. Il passo dalla polarizzazione psicologistica della teoria alla deformazione ideologica, più o meno esplicita, è estremamente breve. La mancanza di una seria analisi sociologica dei processi sociali della produzione impedisce una buona conoscenza dei processi di sviluppo e mette in opera un meccanismo di riduzione dei processi stessi a due elementi: la produzione, da un lato, come fenomeno non analizzabile e non analizzato, e i processi di cambiamento, dall'altro. Ritroviamo qui il classico schema meccanicistico dello stimolo-risposta. Per quanto riguarda più direttamente i processi di comunicazione è stato proprio questo silenzio sui produttori di messaggi che ha provocato la concentrazione degli studi sul pubblico, sulle gratificazioni e sugli effetti o, più semplicemente, sul contenuto del messaggio, isolando così dal loro contesto strutturale, processuale e dinamico, gli elementi singoli.

L'APPROCCIO SEMIOLOGICO E LE SUE PROSPETTIVE

In via del tutto approssimativa possiamo dire che la semiologia ha seguito una via parzialmente diversa da quella percorsa dalla sociologia: al pullulare delle ricerche empiriche, i semiologi hanno preferito l'elaborazione teorica. Proponendosi come scienza generale dei segni, sulla scorta di Saussure, la semiologia ha potuto acquisire, soprattutto sotto l'impulso della linguistica, un imponente bagaglio metodologico per lo studio dei sistemi di messaggi. Questo ha senz'altro costituito un punto di forza ed ha permesso alla scienza dei segni di imporsi come parametro di riferimento per le altre scienze umane.
Ma, al di là dell'apporto concettuale, resta ancora non completamente risolto il problema dei significati e di come gli attori della comunicazione gestiscano tali riferimenti logici ed assiologici che spesso si collocano sulle soglie della consapevolezza. In altre parole, al di là della "struttura manifesta" del messaggio e delle regole "sintattiche" che presiedono alla sua articolazione, appare sempre in filigrana il problema della "struttura latente" del messaggio stesso, e cioè le regole che presiedono all'articolazione dei significati. Per illustrare meglio questo problema, possiamo rifarci, seguendo Barthes, ad alcune correlazioni fondamentali della semiologia: parola/lingua, paradigma/sintagma, significante/significato, denotazione/connotazione. Ognuna di queste dicotomie rappresenta un aspetto del messaggio, mentre i due elementi di ciascuna dicotomia sono dialetticamente legati fra di loro. In effetti, il primo elemento si riferisce alla struttura manifesta del messaggio, mentre il secondo si riferisce all'area delle motivazioni da cui emerge il senso. Queste dicotomie rivelano dunque due piani diversi dell'articolazione dei messaggi, i cui rapporti possono essere definiti dai rapporti esistenti fra due sistemi di regole di strutturazione: da una parte il sistema delle regole che presiedono all'attività produttiva e combinatoria dei segni, e dall'altra il sistema delle regole in base alle quali il soggetto, individuale o

collettivo, ricostruisce le intenzionalità implicite nel messaggio stesso. Il problema cruciale della semiologia è quello di individuare come si possa passare in maniera coerente e consapevole dall'uno all'altro dei livelli che si offrono alla considerazione analitica.
La semiologia, dunque, come la sociologia delle comunicazioni di massa, si trova confrontata con un certo numero di difficoltà procedurali, la cui soluzione implica un salto di qualità sia per la ricerca semiologica sia per quella sociologica.
In questa prospettiva, una coordinazione delle ricerche che eviti i fenomeni di dispersione ma, soprattutto, la ricerca interdisciplinare come struttura portante dei processi di produzione della conoscenza scientifica, possono diventare due strumenti utili ai fini di un decollo delle scienze umane in generale e, in particolare, delle scienze delle comunicazioni di massa.

LO STUDIO DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA IN ITALIA

Nel quadro appena tracciato si è tentato di mettere in evidenza ombre e luci della ricerca mass-mediologica. Il profilo che ne risulta è complesso e non sempre brillante, ma esso non giustifica certamente la proclamazione dell'"anno zero" della ricerca sulle comunicazioni di massa, per quanto grandi siano le lacune che in tale ricerca sono state evidenziate.
Un atteggiamento costruttivo è più che mai necessario nel contesto italiano, in cui i fattori di debolezza delle scienze di comunicazione di massa assumono caratteristiche abbastanza precise e specifiche. L'istituzionalizzazione della disciplina sociologica, in effetti, è abbastanza recente ed essa ha coinciso con una crisi di crescita della disciplina stessa. D'altra parte, tale istituzionalizzazione si è concretata quasi esclusivamente a livello accademico e di trasmissione di conoscenza ed essa non è ancora riuscita ad incidere direttamente sulla organizzazione della ricerca. Questo discorso non vale solo per la sociologia in generale ma anche, e soprattutto, per le sue specializzazioni e, fra le altre, per la sociologia dei *mass media*.
E' abbastanza evidente che a questo stato di cose non basta reagire con esami di coscienza apparentemente radicali, continuando cioè a porre e a riproporre la domanda sulla funzione delle scienze umane nell'attuale contesto sociale. La risposta a tale domanda non va ricercata nell'ideologia, ma va invece reperita nella prassi concreta del lavoro scientifico e nella sua costante valutazione critica, al fine di approdare a quella che chiamavamo più sopra "l'analisi dei meccanismi della produzione scientifica".
Da quanto si è detto fin qui appare chiaro che il discorso sugli apporti delle scienze umane allo studio delle comunicazioni di massa in Italia ed alle loro prospettive deve assumere un taglio particolare in quanto le condizioni nelle quali tale apporto si è verificato sono sostanzialmente legate ad un contesto socio-culturale caratterizzato non solo da una insufficiente istituzionalizzazio-

ne delle scienze umane e della ricerca, ma anche dalla presenza di un rilevante dibattito sull'assetto, l'incidenza, la riorganizzazione dei principali organi di informazione e di produzione culturale, primo fra tutti la RAI-TV.
E' evidente che questo concorso di condizioni è in grado di modificare l'assetto degli equilibri gravitazionali fra i diversi aspetti della ricerca mass-mediologica a tutto vantaggio del dibattito di tipo culturale e politico.

Le strutture della ricerca sui mass-media

Si può rilevare, anzitutto, come una forte struttura di ricerca per quanto riguarda i *mass media*, soprattutto sotto l'angolatura sociologica, sia oggi in Italia quasi inesistente.
Tale assenza si verifica immediatamente nell'assenza di una organizzazione del dibattito intellettuale, teorico e metodologico capace di dare coerenza e coordinazione al discorso scientifico sui *mass media*. Uno degli scopi di questa pubblicazione è appunto quello di fornire un utile strumento di partenza per la realizzazione di questa organizzazione del dibattito e della produzione scientifica.
L'attuale produzione scientifica, a parte eccezioni, si è concentrata soprattutto attorno a due istituzioni di notevole peso: il Servizio Opinioni della RAI-TV da una parte e, dall'altra, l'Istituto Gemelli. Per quanto riguarda gli altri istituti citati nella presente pubblicazione, alcuni sono di fondazione piuttosto recente e non hanno quindi avuto la possibilità di imporsi e di caratterizzarsi attraverso una consistente produzione scientifica. Altri hanno finalità istituzionali diverse dalla ricerca scientifica, soprattutto sociologica. Altri infine hanno finalità prevalentemente formative ed insufficienti risorse per la ricerca. Fatta eccezione, dunque, per pochi istituti universitari — fra cui merita di essere citato il Gruppo Studi Audiovisivi dell'Università di Firenze — la produzione scientifica più significativa ruota attorno alle due citate istituzioni.

Considerando l'attività del Servizio Opinioni della RAI, possiamo rilevare come essa si distingua per un importante e poderoso lavoro di raccolta di dati empirici. Si deve aggiungere però che tale lavoro non è stato sempre accompagnato da un sufficiente e rigoroso impegno di analisi e di interpretazione.
Il materiale radunato e selezionato potrebbe offrire grandi possibilità in vista di un approfondimento della dinamica sociale dei *mass media* e, soprattutto, della radio e della televisione.
Un altro discorso va fatto per l'Istituto Gemelli. La sua produzione scientifica è in effetti importante e caratterizzata da una notevole coerenza sia dal punto di vista della problematica, sia dal punto di vista teorico e metodologico. Un'altra caratteristica che ne distingue l'attività è la sua potenziale configurazione interdisciplinare. Oltre all'approccio sociologico, l'istituzione offre infatti larghe occasioni di ricerca sugli aspetti psicologici e semiologici delle comunicazioni di massa. Abbiamo però parlato di "potenziale" configurazione interdisciplinare, in quanto ci pare che essa non sia ancora sufficientemente sviluppata.
Per quanto riguarda invece la maggior parte degli altri enti, le finalità di ricerca sui *mass media* sono una delle componenti, e spesso non molto importante, dell'insieme degli obiettivi istituzionali.
Accanto agli enti che hanno come finalità principale la promozione culturale e che si pongono come luogo di incontri e di dibattiti, ve ne sono altri con obiettivi di documentazione. Uno spazio abbastanza importante, almeno a livello di progetti, consentono alla ricerca un certo numero di centri universitari di formazione alle tecniche ed ai modi di espressione dei *mass media* anche se, come abbiamo avuto modo di ricordare più sorpa, non sempre le risorse sono adeguate agli obiettivi.
Alcune istituzioni cercano, infine, di specializzarsi sulle implicazioni educative delle tecnologie di comunicazione e soprattutto degli audiovisivi.
Un discorso sulla struttura della ricerca in Italia esigerebbe un ben più ampio spazio ed una più vasta articolazione, non solo dal

punto di vista quantitativo ma anche qualitativo. Appare immediatamente come la dispersione degli interessi non solo impedisca un coordinamento degli sforzi sugli aspetti strategici del problema, ma incida negativamente sulla distribuzione delle risorse, sia umane sia materiali.
Anche dal punto di vista degli interessi problematici, la situazione nel nostro paese presenta motivi di perplessità.
Se confrontiamo la produzione italiana di ricerche con la produzione di origine soprattutto anglosassone, possiamo rilevare una differenza abbastanza importante: i sociologi italiani non si sono molto interessati allo studio degli effetti dei *mass media* lasciando prevalentemente agli psicologi questo tipo di tematica, fortemente sviluppato, invece, presso i sociologi di lingua inglese. Una possibile spiegazione potrebbe essere offerta dal fatto che tale problematica era già in crisi al momento in cui i sociologi italiani hanno cominciato ad occuparsi da vicino dello studio dei *mass media*.
Gli psicologi, d'altra parte, come ci si poteva facilmente aspettare, hanno sviluppato questa tematica quasi esclusivamente sotto l'angolatura della psicologia sperimentale, utilizzando pienamente il *background* teorico e metodologico di tale disciplina.
Ancora una volta sono praticamente assenti – ma in questo i sociologi italiani seguono da vicino l'esempio dei loro colleghi esteri – le ricerche sui sistemi e sui processi sociali della produzione dei messaggi, e anche quando tale aspetto della questione si affaccia nel dibattito, viene affrontato quasi esclusivamente in chiave politica e ideologica. Si risente cioè della pesante influenza delle polemiche politiche sulla ristrutturazione e l'assetto delle fonti di emissione dei messaggi. Un'assenza questa che coinvolge certamente la responsabilità. Un dibattito esclusivamente politico su questo momento centrale del "ciclo culturale", che non sia adeguatamente "informato" (con tutte le connotazioni che tale termine può ricevere) da solide ricerche sui meccanismi di produzione culturale in senso lato e sui processi sociali che stanno a monte di tale produzione, rischia infatti di concludersi in astratte

analisi ideologizzanti e, in ogni caso, non può disporre di un terreno documentativo sufficientemente ricco in cui affondare le sue radici.
Al limite, si potrebbe ipotizzare che le carenze, da un lato, e le polarizzazioni ideologiche, dall'altro, che ostacolano il progredire della ricerca sulle comunicazioni di massa nella direzione dei loro "fattori produttivi", rappresentino un estremo e preoccupante riflesso dei condizionamenti e delle collusioni inerenti alla produzione stessa dei messaggi "culturali": relativi cioè al tradizionalmente difficile e frustrante rapporto tra il mondo degli intellettuali e dei ricercatori, ed il mondo del "potere" nelle sue molte accezioni istituzionali od informali. Né è estraneo a questa condizione di "emarginazione strumentalizzante" lo stesso atteggiamento di aspra e radicale criticità che sovente caratterizza, per una sorta di autolesionistica esasperazione, molte delle riflessioni degli studiosi italiani sugli apparati teorici e metodologici faticosamente apprestati negli anni passati, e sui risultati, talvolta probanti, che si sono raggiunti.
Ancora una volta, si direbbe che il diavolo abbia messo la coda in una sorta di congiura del silenzio, nella misura in cui tale atteggiamento, soprattutto nelle sue punte più accese, tende a liquidare il problema, senza tentarne approfondimenti o soluzioni alternative.
Passando alle connotazioni di merito, nel dibattito sui processi e sui mezzi di comunicazione di massa possiamo individuare fondamentalmente tre tipi di impostazione: l'impostazione socio-politica, le analisi globali sui *mass media* e sulla società di massa e, finalmente, le ricerche empiriche.
Non abbiamo la pretesa di offrire una panoramica completa dell'apporto degli studiosi su questi problemi, ma più semplicemente di mettere in evidenza alcuni spunti che ci sembrano interessanti.

I contenuti del dibattito socio-politico

L'analisi politica del fenomeno radio-televisivo in Italia è il primo e più appariscente aspetto dell'analisi sui *mass media*. Tale dibattito, assieme alla riforma e alla riorganizzazione dell'ente radio-televisivo, coinvolge tutto il settore dell'informazione e si estende all'analisi delle politiche culturali. Esso si inserisce nel filone dei movimenti collettivi di contestazione sociale e ideologica della società di massa fondata sui consumi e sui valori veicolati dai *mass media*. E' in questo contesto che hanno preso vita i nuovi tentativi dell'informazione alternativa e della contro-informazione. Mentre la prima tenta di incidere sul messaggio come forma portatrice di significato, la seconda tenta di incidere sul piano dei contenuti ideologici ed antitetici. Si sviluppa così, accanto al dibattito sull'assetto giuridico dell'informazione in Italia, un dibattito socio-politico che investe i temi della partecipazione sempre più ampia alla gestione ed al controllo dei *media*, delle fonti informative e degli strumenti di elaborazione culturale collettiva, fino ad arrivare alla definizione di circuiti alternativi di informazione e di comunicazione, maggiormente rispondenti ad una società democratica e pluralista. L'obiettivo di fondo è l'analisi della gestione del potere nella società industriale avanzata, un potere sorretto da strategie in cui la manipolazione dei mezzi di comunicazione di massa assicura alla classe dominante opportunità sempre più totalizzanti di controllo sociale, attuato attraverso il controllo dei mezzi di produzione economica associata al controllo dei supporti e dei mezzi di produzione culturale.

L'analisi globale dei mass media e della società di massa

Se l'analisi socio-politica e socio-culturale dei *mass media* è il frutto diretto sia dei movimenti di contestazione sociale, sia di eventi specifici che caratterizzano il contesto politico e culturale italiano, le analisi globali che riguardano le strutture della

comunicazione in una società di massa, si ricollegano, almeno in parte, ad una tradizione intellettuale di matrice anglosassone.
Abbiamo visto più sopra come il legame fra analisi dei *mass media* ed analisi della società di massa rischia di creare grossi condizionamenti soprattutto dal punto di vista teorico. E' indubitabile comunque che i due termini, quanto meno nei loro aspetti motivazionali, sono fortemente legati e questa relazione particolare ha sempre esercitato un certo fascino sui sociologi contemporanei.
La presentazione al pubblico italiano di studiosi come Lazarsfeld, McLuhan, Marcuse, Klapper, Mc Quail, per non citare che alcuni, ha permesso non solo agli studiosi italiani, ma anche ad un pubblico più o meno vasto, più o meno qualificato, di inserirsi in un dibattito aperto, di raffinare il proprio bagaglio intellettuale, teorico, metodologico. Non basta in effetti, a questo proposito, recriminare sull'esiguità di apporti originali, ma bisogna anche mettere in rilievo la funzione "socializzante" di questo tipo di attività editoriale che ha stimolato il raffinamento di uno spirito critico certamente positivo, anche se contrappuntato qua e là da crisi di coscienza di tipo radicale.
Se in questo settore i contributi, sistematici od occasionali, degli studiosi italiani sono innumerevoli, solo alcuni di questi apporti riescono ad emergere sia per il rigore della loro impostazione tecnica, sia per la loro originalità. Ricordiamo qui fra gli altri i nomi di Alberoni, Braga, Rositi, Seppilli, Galli, Statera.
Quasi tutti questi autori associano più o meno implicitamente l'analisi dei processi di comunicazione di massa alla problematica della cultura di massa e dei suoi meccanismi.
Nel suo volume *Società e comunicazione di massa* (1972), Statera imposta in chiave critica il discorso sull'evoluzione dei concetti di società di massa, di cultura di massa, di comportamento di massa, partendo dai primi utilizzatori, per arrivare attraverso la scuola tedesca alle posizioni marcusiane, e rilevare come "consenso" e "dissenso" siano due caratteristiche compresenti nella società industriale avanzata.

Restringendo la sua analisi al contesto italiano, Livolsi (*Comunicazione e integrazione*,1967) abborda il problema dei rapporti fra cultura di massa e *mass media* studiando le modalità di inserzione nella cultura di massa di soggetti che, partendo da posizioni di marginalità rispetto a tale modello culturale, vengono a contatto con esso tramite i meccanismi di migrazione dalle aree rurali alle aree urbane industriali. Livolsi studia i meccanismi di integrazione degli immigrati urbani, mettendo in rilievo il ruolo svolto dai *mass media* in questi processi di integrazione e di acculturazione.
Galli e Rositi, nella loro ricerca sulla cultura di massa ed il comportamento collettivo (*Cultura di massa e comportamento collettivo*, 1967), tentano invece di stabilire, attraverso lo studio di un caso storico, la collocazione funzionale della cultura di massa nella struttura della società industriale capitalistica. I due autori studiano la rilevanza della cultura di massa di matrice "statunitense-hollywoodiana" per gli esiti socio-politici della crisi mondiale del 1929, rilevando come l'affermazione di tale tipo di cultura, contrastando il processo di burocratizzazione proprio delle società industriali, abbia impedito esperienze totalitarie.
Di particolare rilevanza è lo studio di Alberoni sul divismo (*L'élite senza potere. Ricerca sociologica sul divismo*, 1963). Partendo da un'analisi del concetto di potere, Alberoni mostra come nella società capitalistica i detentori del potere (politico ed economico) vengano definiti soprattutto in termini strumentali-razionali, mentre i divi diventano destinatari di aspettative diffuse e globali di tipo carismatico. L'autore evidenzia le funzioni di questa *leadership* di tipo carismatico messa in luce dallo sviluppo dei *mass media*, che diventa oggetto di interesse, di identificazione, di valutazione e di proiezione collettiva nei momenti in cui la cultura non riesce ad assicurare un sufficiente consenso collettivo. Per tale motivata ricerca sulle condizioni e sulle finalità del fenomeno, che di solito ha invece affascinato in senso puramente contemplativo anche i suoi studiosi, l'analisi di Alberoni rappresenta un momento importante, soprattutto dal punto di vista teorico, nella storia della sociologia italiana.

L'opera e gli interessi di Braga escono dallo schema che abbiamo tracciato finora e, soprattutto, dall'associazione fra cultura di massa e *mass media*. La prospettiva di Braga, sistematizzata nel suo volume *La comunicazione sociale* (1969), tende a fare dello studio dei processi di comunicazione la struttura portante di una sociologia generale sviluppata secondo una prospettiva particolare. Braga inserisce il fenomeno della comunicazione di massa in una più vasta teoria relativa alla rivoluzione della comunicazione umana in cui analizza i diversi livelli operativi e linguistici.
Non sono molto numerosi i tentativi di costruire dei modelli di interpretazione globale delle comunicazioni di massa. Solo Braga sembra essersi più direttamente avvicinato a tale prospettiva, mentre gli altri che abbiamo citati si muovono su piani di analisi più specifici, il cui apporto teorico però è tutt'altro che trascurabile.

Le ricerche empiriche nella sociologia dei mass media

La scarsa e recente istituzionalizzazione accademica della sociologia e la ancora più scarsa istituzionalizzazione della sociologia delle comunicazioni di massa non hanno impedito la realizzazione di un certo numero di ricerche empiriche sui *mass media*.
Va subito detto che la sociologia italiana, proprio per i motivi sopra esposti, non ha certamente "invaso il mercato" e che, malgrado gli studiosi italiani abbiano accordato una rilevante attenzione al fenomeno dei *mass media*, condizioni soprattutto strutturali hanno impedito la realizzazione di un *corpus* sostanzioso di ricerche. Al di là del rilievo, ormai classico, di una certa dispersività delle ricerche stesse e dell'assenza di tematiche di integrazione interdisciplinare, è possibile individuare un centro di confluenza e di confronto tra i diversi orientamenti analitici nel concetto di una cultura di massa intesa come struttura collettivamente condivisa e profondamente radicata nello stesso assetto sociale, capace perciò di assicurarne l'integrazione.

Abbiamo già potuto constatare come tale preoccupazione intellettuale sia fortemente presente nelle ricerche di Galli e Rositi, relativamente alla genesi del fenomeno nazista e di quello fascista in Italia.
Rositi, tra l'altro, ha messo in rilievo come la mancata interiorizzazione dei valori della società italiana, a seguito della debole rilevanza del fenomeno divistico (inteso quest'ultimo come mediatore fra *fiction* e cultura), abbia impedito alla cultura di massa di assumere un significato concretamente alternativo nei confronti dei valori totalitari.
Sulla stessa linea intellettuale viene ad inserirsi lo studio su *Divismo ed élites politiche* condotto nel 1967 da un gruppo di sociologi coordinati dall'Alberoni, al fine di analizzare il grado di integrazione della cultura di massa nelle strutture culturali tedesca, italiana ed inglese. Gli autori mettono in rilievo come la cultura di massa si sia ben integrata nella cultura inglese, mentre rappresenterebbe ancora un fattore esogeno nella cultura italiana e, soprattutto, in quella tedesca.
Il contributo di Livolsi alla problematica delle funzioni della cultura di massa parte da un altro punto di vista. L'autore tenta di delineare il ruolo svolto dai *mass media* come fattori di integrazione dei nuovi adepti della società di massa, soprattutto nei settori del tempo libero, dei consumi, dello spettacolo.
Bisogna però rilevare come questa problematica delle funzioni, manifeste o latenti, della cultura di massa, correlata alla problematica del carattere strumentale dei *mass media*, lasci scoperta un'area di ricerca di vaste proporzioni, relativa agli elementi conflittuali e disfunzionali insiti nella cultura di massa e nei meccanismi di azione dei *mass media*.
Lo stesso Livolsi, in collaborazione con Capecchi, ha voluto inserirsi in questo spazio vuoto con una ricerca sulla stampa quotidiana, in cui all'analisi delle disfunzioni della cultura di massa e dei *mass media* si associa un'analisi sui meccanismi di produzione dei messaggi informativi e culturali (*La stampa quotidiana in Italia*,1971). Dopo aver tracciato una storia del giornalismo

italiano, seguendone le vicende economiche e tecniche anche in rapporto con la stampa estera, gli autori, mediante l'analisi del contenuto di un certo numero di quotidiani relativamente ad alcuni avvenimenti cruciali, passano ad analizzare i meccanismi di manipolazione delle informazioni ed il divario di informazione. Una parte della ricerca studia, attraverso metodi di analisi causale, il rapporto fra i lettori dei quotidiani e le *audiences* degli altri *mass media*, mettendo in rilievo un certo numero di fenomeni disfunzionali, come il regredire di certi *media* (libri e quotidiani) in rapporto ad altri (televisione e settimanali). Una appendice conclusiva di U. Eco sul linguaggio giornalistico mette in evidenza la presenza di codici difficilmente decifrabili da un lettore medio. Vale la pena di associare alla ricerca di Capecchi e Livolsi quella di Rositi sui lavoratori e la televisione (*Lavoratori e televisione*, 1970).
L'autore, analizzando il contenuto del telegiornale, ci rivela la tendenza di obliterare i contenuti conflittuali, occultando il conflitto mediante formulazioni problematiche.
La questione della comprensione dei codici utilizzati soprattutto dal linguaggio televisivo è stato affrontato da alcuni studi effettuati dal Servizio Opinioni della RAI (*Indagine sulla comprensione di trasmissioni televisive*, 1968). Si può ricavare da queste indagini che, se il pubblico dimostra in generale una sufficiente capacità di seguire l'intreccio di una trasmissione di *fiction*, il suo potere di comprensione diminuisce in funzione dell'aumento della complessità dei codici e dei linguaggi fino ad arrivare al rifiuto. Per altro, ad una adeguata capacità di decodificazione è legata la capacità di lettura critica dei messaggi e quindi la capacità di sottrarsi all'azione massificante o manipolatoria dei *media*.
La ricerca di De Rita su *I contadini e la Televisione* (1964) si discosta dalla tematica della dialettica funzione/disfunzione della cultura di massa e dei *mass media*, ma vale citarla per un aspetto che definisce campi di indagine ancora praticamente intatti, almeno in Italia: quelli relativi ai meccanismi di rielaborazione dei messaggi dei *mass media* da parte di sottoculture non integrate

nella cultura di massa. Risulta evidente, e l'autrice non si esime dal metterlo in rilievo, che tale problema non può ridursi allo studio degli effetti o della comprensione dei linguaggi o dei codici, ma diventa in realtà un problema di scontro fra codici di tipo diverso. I messaggi massmediatici in questo caso, come in casi analoghi, non cadono nel vuoto culturale, ma in una struttura culturalmente "altra" con altri codici ed altri sistemi di significati.
Le ricerche che abbiamo avuto l'occasione di menzionare offrono una serie di apporti che possono costituire dei punti di partenza per successivi approfondimenti, ed offrono insieme l'occasione per la formulazione di nuove ipotesi, per l'allargamento del quadro concettuale e per la raffinazione dei metodi di ricerca.

Gli apporti della semiologia e della psicologia

A questa integrazione problematica e metodologica potranno certamente contribuire in maniera considerevole le discipline adiacenti della semiologia e della psicologia.
Anzitutto, alla semiologia, nonostante i limiti e le difficoltà prima accennate, spetta il compito di ricostruire i meccanismi che intervengono nel funzionamento della cultura di massa. In effetti l'approccio sociologico della cultura di massa è insufficientemente equipaggiato per offrire una conoscenza globale del fenomeno. Attraverso l'analisi dell'articolazione dei messaggi, che sono uno dei prodotti-tipo della cultura di massa, ed attraverso la ricostruzione dei sistemi di significato veicolati dai messaggi stessi, la semiologia potrebbe essere in grado di sciogliere uno dei nodi fondamentali della conoscenza dei *mass media*.
Il contributo della semiologia può essere determinante anche in un'altra area di ricerca: lo studio comparato dei sistemi di codici e di significazioni propri di aree semantiche occupate dalle sotto-culture che sono compresenti alla cultura di massa. E' anche questo un campo vastissimo di lavoro su cui la scienza semiologica ha dato prove considerevoli di capacità analitica.

Per quanto riguarda, infine, la psicologia, il suo interesse per i processi di comunicazione in generale coincide con gli inizi della sua storia. Molto più recente è invece il suo interesse per i processi di comunicazione di massa e per i *mass media*. Questa scienza conta al suo attivo notevoli risultati soprattutto per quanto concerne i meccanismi psicologici collegati al fenomeno di ricezione dei messaggi. Ricordiamo qui, solo a titolo documentario, l'analisi dei meccanismi di rinforzo e di ricezione dei messaggi, le analisi dei fenomeni di percezione del movimento iconico, le connotazioni emotive, nonché tutte le ricerche nel campo dei meccanismi psico-fisici. Questi diversi settori di ricerca ed altri hanno portato contributi notevoli alla comprensione dei processi psichici della comunicazione, anche se si deve rilevare che essi si sono sviluppati senza una sostanziale coordinazione teorica e metodologica e non si sono sufficientemente confrontati, a nostro avviso, con i problemi inediti della comunicazione di massa.

CONCLUSIONI

Ancora una volta emerge quindi fra tutte l'esigenza di affrontare lo studio dei *mass media* e delle comunicazioni di massa nel quadro di progetti interdisciplinari, in cui gli apporti delle varie scienze possano essere confrontati al fine di ricostruire nel modo più completo possibile i meccanismi delle comunicazioni di massa. Una strategia interdisciplinare, infatti, è una delle condizioni fondamentali per un vero decollo della conoscenza, a patto che essa sia preceduta da significativi approfondimenti teorici e verifiche empiriche nell'ambito di ogni disciplina e sia condotta senza ambizioni di gerarchizzazione conoscitiva.
Ma, per concludere, non si può non ribadire come l'assunto interdisciplinare – inteso quale superamento di preclusioni e costrizioni conoscitive inveterate, quale confronto e non quale sommatoria – contribuendo alla radicale problematizzazione del ruolo degli studiosi di scienze sociali, porti ad un ribaltamento nella concezione per così dire "centrifuga" della conoscenza, e quindi della sua comunicazione: una concezione fondata, cioè, su un rapporto privilegiato, irreversibile e non coinvolgente col mondo circostante, che eviti accuratamente di problematizzare la propria presenza e la propria attività.
Anzitutto, come s'è visto, il lavoro interdisciplinare non può che realizzarsi attorno a linee di ricerca innovative, non individuabili secondo pretestuose o quasi ontologiche settorizzazioni del campo della conoscenza, ma relative piuttosto ai suoi momenti cruciali, cioè alla realtà in quanto totalità dinamica: primo fra questi quello della "produzione" dei messaggi.
In questo passaggio da una qualificazione "sostanziale" ad una qualificazione "funzionale" delle modalità comunicative, emerge, tra l'altro, una significativa identificazione tra i messaggi che sono oggetto di studio e quelli che dello studio stesso costituiscono una estrinsecazione.
In altre parole, interrogandosi sui caratteri e sulle possibilità

implicite nei *mass media*, lo studioso non può fare a meno di interrogarsi sulla qualità e sulle modalità "massmediologiche" della propria stessa interrogazione, riconoscendola efficace non tanto se incondizionata, quanto se "alternativa", cioè euristicamente inoltrata nell'ordine delle eventualità invece che in quello delle evidenze.

E' appunto il presupposto riflessivo connesso alla ricerca sui fenomeni di comunicazione, che ripropone (a livello epistemologico e non soltanto ideologico) l'opportunità che gli strumenti di elaborazione e di scambio delle informazioni soggiacciano ad una condizione pluralistica, nel dare come nel ricevere: ad una coralità di presenze e di protagonisti, i quali, ampliando i termini della comunicazione sociale, ne dilatino anche la sfera della conoscenza e, risalendo dagli oggetti ai soggetti, inaugurino quel movimento dialettico in cui risiede la possibilità di un mutamento deliberato.

Avvertenza

I dati raccolti nel repertorio sono distribuiti in due categorie: *Ricercatori* e *Centri di Ricerca*. Ciascuna categoria è preceduta dal corrispondente elenco alfabetico. Le sigle e le abbreviazioni utilizzate nel testo sono esplicitate alla fine del volume.
Gli elementi di documentazione per le singole schede sono stati raccolti mediante questionario dall'Istituto Consulmedia di Roma ed elaborati sistematicamente nella seconda parte del 1973 da Elisa Durante, Alessandra Martini Luzi e Emanuela Renzetti Ferrari, ricercatrici dell'Istituto.
Le eventuali carenze di informazione — inevitabili in opere di questa natura — possono essere giustificate dal rapido evolversi del settore, oltre che dalle possibili inesattezze nelle note biografiche comunicate dagli autori. La manipolazione redazionale, infatti, è stata ridotta al minimo necessario. Non sono state compiute discriminazioni nella composizione della lista degli interessati: a conclusione del volume, comunque, è inserita copia del questionario originalmente inviato ai ricercatori e alle organizzazioni, che potrà essere compilato ed inviato alla Editoriale Valentino da quanti ritenessero utile l'inserimento delle proprie note biografiche o di altre modifiche nella prossima edizione del Repertorio.

INDICE DEI SETTORI DI INTERESSE DEI RICERCATORI

Analisi del contenuto
Antropologia
Arte
Audiences (ascolto, gradimento, sondaggi di opinione)
Calcolatori
Cinema
Cinema di animazione
Design
Didattica audiovisiva
Diritto
Documentazione
Educazione permanente
Formazione professionale
Fotografia
Fumetti
Informazione/contro-informazione
Istruzione programmata
Linguistica
Marketing
Opinione pubblica
Percezione
Politica culturale
Problemi etici
Psicologia-psicoanalisi-psichiatria
Psicosociologia
Pubblicità

Semiologia-semantica
Sistemi multimedia
Sociologia
Stampa quotidiana e periodica
Tempo libero
Tv e gruppi sociali
– bambini
– adolescenti
– adulti
– anziani
Tv cavo
Tv circuito chiuso
Tv colore
Università televisiva
Videocassette
Violenza

ANALISI DEL CONTENUTO

Alberoni
Braga
Fabris
Graziani
Losito
Priulla Cazzola
Rositi
Statera

ANTROPOLOGIA

Calzavara
Celli
Jacobelli G.
Melchiorre
Quintavalle
Seppilli

ARTE

Argan
Colombo
De Vincenti
Dorfles
Marconi
Pignotti
Tomassoni

Villani
Volli

AUDIENCES (ASCOLTO, GRADIMENTO, SONDAGGI DI OPINIONE)

Abruzzini
Acquaviva
Arosio
Braga
Cascino
Crespi
Croce
De Domenico
Fabris
Ferracuti
Graziani
Guarda
Lumachi
Magli
Manna
Mariani
Priulla Cazzola
Santoro Libri
Zanacchi
Zerilli Marimò

CALCOLATORI

Casali
Ceccato
Fierli
Tonini

CINEMA

Alberoni
Baldelli
Baragli
Bellotto
Beluffi
Bertieri
Bettetini
Canziani
Casetti
Cereda
Chiarini
Colombo
De Domenico
De Vincenti
Di Giammatteo
Dorigo
Farassino
Fofi
Guarda
Laura

Lumbelli
Rondolino
Taddei
Tinacci Mannelli

CINEMA DI ANIMAZIONE

Bertieri
Rondolino

DESIGN

Dorfles
Iliprandi
Munari
Quintavalle
Tomassoni

DIDATTICA AUDIOVISIVA

Acquaviva
Bechelloni
Bonani
Buonanno
Calzavara
Celli
Cipriani
Clerici
Croce
De Rita

Fulchignoni
Gamaleri
Goffredo
Groppo
Marchianò
Prini

FORMAZIONE PROFESSIONALE

Bonani
Clerici
De Rita
Guarda

FOTOGRAFIA

Bechelloni
Crispolti
Ferrarotti

FUMETTI

Bertieri
Canziani
Gagliardi
Guarda
Quadrio
Quintavalle

INFORMAZIONE/CONTRO-INFORMAZIONE

Baldelli
Bechelloni
Bellotto
Cipriani
Faenza
Golino
Jacobelli J.
Mannucci
Zerilli Marimò

ISTRUZIONE PROGRAMMATA

Fierli
Fontana Tomassucci
Groppo
Lumachi
Maderna
Mazzocchi Alemanni

LINGUISTICA

Barosso
Cardona
Castagnotto
Ceccato
Medici
Paioni

Rossi Landi
Simone
Taddei
Usberti
Vicari
Volli

MARKETING

Abruzzini
Durante
Marchianò
Trentini

OPINIONE PUBBLICA

Abruzzini
Cipriani
Mariani
Petrognani
Rovigatti
Santoro Libri
Vicari

PERCEZIONE

Ancona
Cesa Bianchi
Iliprandi
Lumbelli

Taddei

POLITICA CULTURALE

Bechelloni
Buonanno
Calzavara
Celli
Cereda
Eco
Golino
Jacobelli J.
Lumachi
Mannucci
Rositi
Rossi Landi
Santoro Libri
Seppilli

PROBLEMI ETICI

Baragli
Crespi
Farassino
Ferrarotti
Gozzer
Prini

PSICOLOGIA-PSICOANALISI-PSICHIATRIA

Ancona
Beluffi
Canziani
Cesa Bianchi
Ferracuti
Groppo
Maderna
Pizzamiglio
Quadrio
Sacchi
Sigurtà
Trentini

PSICOSOCIOLOGIA

Bonani
Calvi
Croce
Goffredo
Graziani
Jacobelli G.
Maderna
Magli
Mariani
Santoro Libri
Seppilli
Taddei
Trentini

PUBBLICITA'

Alberoni
Bonani
Cardona
De Domenico
Durante
Fabris
Fusi
Gagliardi
Jacobelli G.
Livraghi
Marchianò
Marconi
Medici
Melchiorre
Paioni
Pignotti
Quintavalle
Seppilli
Tomassoni
Villani
Viscidi
Wolf
Zanella

SEMIOLOGIA-SEMANTICA

Bettetini

Casetti
Castagnotto
De Vincenti
Eco
Fabbri
Farassino
Gagliardi
Garroni
Paioni
Petrognani
Rossi Landi
Taddei
Tinacci Mannelli
Usberti
Volli
Wolf
Zanella

SISTEMI MULTIMEDIA

Bonani
Calzavara
Celli
Clerici
Crispolti
Fontana
Gamaleri
Gozzer
Groppo

Guarda
Laeng
Lumbelli
Schino
Tarroni

SOCIOLOGIA

Acquaviva
Alberoni
Ardigò
Barbano
Bechelloni
Bonani
Braga
Buonanno
De Rita
Fabbri
Fabris
Ferrarotti
Golino
Livolsi
Losito
Lumachi
Magli
Mannucci
Rositi
Sacchi
Seppilli

Statera
Zanacchi

STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

Bechelloni
Bellotto
Buonanno
Calvi
Cipriani
De Domenico
Livolsi
Losito
Petrognani
Priulla Cazzola

TEATRO

Bettetini
Cascino
Chiarini
Marconi
Santoro Libri

TEMPO LIBERO

Bertieri
Cascino
Ciampi
Crespi
De Domenico

TV E GRUPPI SOCIALI

Bambini

Acquaviva
Canziani
Calzavara
De Domenico
Mariani
Pizzamiglio
Santoro Libri
Taddei

Adolescenti

Acquaviva
Canziani
Cascino
De Domenico
Lumachi
Marchianò
Mariani

Adulti

Cascino
De Domenico
Graziani
Manna
Mariani
Santoro Libri

Anziani

Maderna

TV CAVO

Bonani
Crispolti
Faenza
Jacobelli J.
Piras
Rendina

TV CIRCUITO CHIUSO

Bonani
Calzavara
Celli
Groppo
Guarda
Schino

TV COLORE

Gamaleri
Guarda
Jacobelli J.

UNIVERSITA' TELEVISIVA

Bonani

De Rita
Gagliardi
Gamaleri
Gozzer
Jacobelli J.
Laeng
Marchianò
Prini

VIDEOCASSETTE

Bellotto
Bonani
Crispolti
Faenza
Fulchignoni
Rendina

VIOLENZA

Canziani
Colombo
Ferracuti
Guarda

ELENCO DEI RICERCATORI

POMPEO ABRUZZINI
SABINO ACQUAVIVA
FRANCESCO ALBERONI
LEONARDO ANCONA
ACHILLE ARDIGO'
GIULIO CARLO ARGAN
MARIO AROSIO

PIO BALDELLI
ENRICO BARAGLI
GIAMPAOLO BAROSSO
GIOVANNI BECHELLONI
ADRIANO BELLOTTO
MAX BELUFFI
CLAUDIO BERTIERI
GIANFRANCO BETTETINI
PAOLO BISOGNO
GIAMPAOLO BONANI
GIORGIO BRAGA
EMILIA BUONANNO

GABRIELE CALVI
ELISA CALZAVARA
FABIO CANZIANI

GIORGIO CARDONA
AURELIANO CASALI
ANTONIO CASCINO
FRANCESCO CASETTI
UGO CASTAGNOTTO
SILVIO CECCATO
ENRICO CELLI
GIUSEPPE CEREDA
MARCELLO CESA BIANCHI
LUIGI CHIARINI
ANTONIO CIAMPI
IVANO CIPRIANI
TERESA CLERICI
MARCO FURIO COLOMBO
FRANCO CRESPI
FRANCESCO CARLO CRISPOLTI
MARIA ANGELA CROCE

FRANCESCO DE DOMENICO
GIUSEPPE DE RITA
GIORGIO DE VINCENTI
FERNARLO DI GIAMMATTEO
GILLO DORFLES
FRANCESCO DORIGO
RICCARDO DURANTE

UMBERTO ECO

PAOLO FABBRI
GIAMPAOLO FABRIS
ROBERTO FAENZA
ALBERTO FARASSINO
FRANCO FERRACUTI
FRANCO FERRAROTTI
MARIO FIERLI
GOFFREDO FOFI
M. LUCIANA FONTANA TOMASSUCCI
ENRICO FULCHIGNONI
MAURIZIO FUSI

CARLO GAGLIARDI
GIAMPIERO GAMALERI
EMILIO GARRONI
DONATO GOFFREDO
ENZO GOLINO
GIOVANNI GOZZER
CESARE GRAZIANI
MARIO GROPPO
GUIDO GUARDA

GAINCARLO ILIPRANDI

GIAMPIERO JACOBELLI

JADER JACOBELLI

MAURO LAENG
ERNESTO G. LAURA
MARINO LIVOLSI
GIANCARLO LIVRAGHI
GIOVANNI LOSITO
FRANCO LUMACHI
LUCIA LUMBELLI

ALESSANDRO MARCO MADERNA
ADRIANO MAGLI
FEDERICO MANNA
CESARE MANNUCCI
VINCENZO MARCHIANO'
EMO MARCONI
ALBERTA MARIANI
MUZIO MAZZOCCHI ALEMANNI
MARIO MEDICI
VIRGILIO MELCHIORRE
BRUNO MUNARI

PINO PAIONI
ROBERTO PETROGNANI
LAMBERTO PIGNOTTI
ALDO PIRAS
LUIGI PIZZAMIGLIO
PIETRO PRINI

GRAZIA PRIULLA CAZZOLA

ASSUNTO QUADRIO
ARTURO CARLO QUINTAVALLE

MASSIMO RENDINA
GIANNI RONDOLINO
FRANCO ROSITI
FERRUCCIO ROSSI LANDI
VITALIANO ROVIGATTI

MARICA SACCHI
ANTONIETTA SANTORO LIBRI
FRANCESCO SCHINO
TULLIO SEPPILLI
RENATO SIGURTA'
RAFFAELE SIMONE
GIANNI STATERA

NAZARENO TADDEI
EVELINA TARRONI PIGNATARI
GILBERTO TINACCI MANNELLI
ITALO TOMASSONI
VALERIO TONINI
GIANCARLO TRENTINI

GABRIELE USBERTI
GIAMBATTISTA VICARI
DINO VILLANI
FIORENZO VISCIDI
UGO VOLLI

MAURO WOLF

ADRIANO ZANACCHI
FERNANDO ZANELLA
GUIDO ZERILLI MARIMO'

POMPEO ABRUZZINI (21 giugno 1933)

Direttore del servizio opinioni della RAI, Roma; dirige le collane dei Quaderni e degli Appunti del servizio opinioni; membro dell'esecutivo dell'ISERP.

Settori di ricerca: sondaggi dell'opinione pubblica; effetti della comunicazione di massa; marketing.

Pubblicazioni principali: Una metodologia per misurare il successo delle trasmissioni radiotelevisive (SM 1), 1963; La tecnica Q – un'applicazione dell'analisi fattoriale nelle ricerche di mercato e nei sondaggi d'opinione (SM 4) 1963; Il questionario e l'intervista (Quaderni AISM), Giuffré 1965 (in collab.); Studio tipologico del pubblico televisivo e delle sue preferenze (BPA), 1967; Introduzione ai problemi di segmentazione del mercato e tipologia dei consumatori (SM ott.-dic.) 1969; La misurazione automatica dell'ascolto televisivo (MF 9) 1972.

ROMA, RAI servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781

SABINO ACQUAVIVA (29 aprile 1927)

Ordinario di sociologia e direttore del laboratorio di sociologia, università di Padova.

Ultime ricerche effettuate: influenza della televisione sui bambini in età prescolare; il gruppo etnico di lingua tedesca in Alto Adige (in corso); i mezzi di informazione di massa in Abruzzo (in corso); l'equilibrio sociale e la programmazione globale del cambiamento nelle società industriali avanzate, attraverso l'uso della simulazione al calcolatore (in corso).

Pubblicazioni principali: L'eclissi del sacro nella società industriale, Comunità, 1962; Automazione e nuova classe, Il Mulino, 1971; Una scommessa sul futuro, 1971; L'influenza della TV scolastica sugli adolescenti (ed. tedesca), 1973; Rapporti fra TV, bambino e famiglia nel giudizio delle madri, 1973.

PADOVA, università degli studi, facoltà di scienze politiche, laboratorio di sociologia, via del Santo 16, tel. 28762.

FRANCESCO ALBERONI (31 dicembre 1929)

Ordinario di sociologia, università di Catania; collaboratore del CRS – Centro Ricerche Sociali di Milano – e della RAI.

Ultime ricerche effettuate: analisi del contenuto dei programmi serali televisivi (1969-1970) e di un campione parallelo di films e di periodici; analisi dei messaggi pubblicitari in diversi mezzi (tv, radio, cinema, affissioni) per identificare i valori della pubblicità.

Pubblicazioni principali: L'élite senza potere, Vita e pensiero 1963,; L'attivista di partito, Il Mulino; Consumi e società, Il Mulino, 1964; Statu nascente Il Mulino, 1968; Classi e generazioni, Il Mulino 1970.

MILANO Sanfelice, 7ˆstrada 84, tel. 7530241.

LEONARDO ANCONA (2 maggio 1922)

Ordinario di psicologia e direttore dell'istituto di psicologia dell'Università Cattolica di Roma; neuropsichiatra.

Settori di ricerca: percezione dermo-ottica; identificazione proiettiva nei piccoli gruppi; psicoanalisi del collettivo; ansietà e rigidità percettiva.

Pubblicazioni principali: La dinamica della percezione, Mondadori 1970; Nuove questioni di psicologia (ed.), 1973; La dinamica dell'apprendimento, Mondadori (cds).

ROMA, Università Cattolica, istituto di psicologia, via della Pineta Sacchetti 644, tel. 3875/422.

ACHILLE ARDIGO' (1921)

Ordinario di sociologia all'università di Bologna.

Settore di ricerca: aspetti sociologici della comunicazione.

Pubblicazioni principali: La sociologia dell'educazione in Max Weber (QSS) 1967; La stratificazione sociale, 1970.

BOLOGNA, università degli studi, facoltà di scienze politiche, Viale Belle Arti 19.

GIULIO CARLO ARGAN (1909)

Professore ordinario di storia dell'arte all'università di Roma; direttore della rivista Storia dell'arte; presidente del consiglio superiore delle belle arti; presidente dell'associazione internazionale dei critici d'arte; storico e critico d'arte.

Settori di ricerca: comunicazione visiva; nuovi valori visivi: spazio e colore; arte concreta e materica;l'informale, il surrealismo nell'arte; artista e società.

Pubblicazioni principali: Walter Gropius e la Bauhaus, 1951; Studi e note: Salvezza e caduta dell'arte moderna; Progetto e destino, Il Saggiatore 1970; L'arte moderna 1770/1970, Sansoni 1971.

ROMA, via F. Casini 16, tel. 5810112.

MARIO AROSIO (15 febbraio 1927)

Direttore di servizio, RAI, Roma; responsabile di coproduzioni con l'estero per la direzione dello spettacolo; docente presso l'ISOP di Roma.

Ultime ricerche effettuate: microcircuiti e partecipazione politico-sociale nella città satellite di Spinaceto (Roma); modelli istituzionali del servizio radiotelevisivo in alcuni paesi tipo: USA, Gran Bretagna, Germania Occidentale.

Pubblicazioni principali: Le strutture del fatto televisivo, 1969; L'emittenza televisiva (disp. Pro Deo); Comunicazioni di massa e progetto democratico (disp.).

ROMA, via Italo Panattoni 4, tel. 3667710.

PIO BALDELLI

Incaricato di storia del cinema e di teorie e tecniche delle comunicazioni di massa all'università di Firenze, facoltà di magistero.

Settore di ricerca: informazione e disinformazione; educazione e mezzi audiovisivi; cinema.

Pubblicazioni principali: Comunicazione audiovisiva e educazione, La Nuova Italia 1967; Politica culturale e comunicazione di massa, Nistri Lischi 1968; Cinema dell'ambiguità, Samonà Savelli 1969; Informazione e contro informazione, Mazzotta 1972; Comunicazioni di massa, Enciclopedia Feltrinelli Fisher 1974.

PERUGIA, via Beatrice d'Este 27.

ENRICO S.J. BARAGLI (24 aprile 1908)

Docente presso le Pontificie Università Gregoriana e del Laterano; redattore della rivista La civiltà cattolica; segretario dello Studio romano delle comunicazioni sociali.

Ultime ricerche effettuate: pensiero e prassi del magistero cattolico sui mass media.

Pubblicazioni principali: Corso elementare di filmologia, 1969; Corso di sociologia pastorale sui mass media, 1969; Comunicazione comunione e Chiesa (cds).

ROMA, via di Porta Pinciana 1, tel. 688351.

GIAMPAOLO BAROSSO (8 giugno 1937)

Co-direttore del Centro studi metodologici di Milano; ricercatore.

Settori di ricerca: traduzione meccanica; classificazione dei costrutti mentali nell'ambito di un progetto di lingua ausiliaria internazionale; meccanismi linguistici e "non esplicita" informazione: loro impiego a fini persuasori (in corso).

Pubblicazioni principali: Principi generali di linguistica operativa, Longanesi 1969; Aspetti operativi universali del pensiero e del linguaggio (Pensiero e linguaggio in operazioni, I, 1) 1970; Un sistema classificatorio e notazionale delle categorie mentali (ivi, III, 10) 1972.

MILANO, Centro studi metodologici, via della Signora 2, tel. 793465.

GIOVANNI BECHELLONI (29 maggio 1938)

Direttore e segretario generale del CESDI; sociologo; consulente editoriale; giornalista.

Ultime ricerche effettuate: informazione politica e stampa quotidiana; centri culturali e attrezzature culturali; telescuola.

Pubblicazioni principali: Politica culturale, (ed.) Guaraldi 1970; Contro l'industria culturale (ed.) Guaraldi 1971; Informazione e potere, Officine 1973 (cds); Azione culturale e educazione permanente, Officine 1973 (cds); La televisione scolastica in Italia (1967-'72) (Rass. Ital. Sociologia, 2) 1973.

ROMA, CESDI, casella postale 6079 Roma Prati, tel. 383944.

ADRIANO BELLOTTO (8 aprile 1925)

Incaricato presso la Scuola superiore delle comunicazioni sociali di Milano; funzionario presso la biblioteca centrale della società Olivetti.

Ultime ricerche effettuate: l'informazione in provincia (radio, tv, stampa in Piemonte); gli spettacoli informativo-giornalistici nelle televisioni OIRT (paesi est europeo); gli spettacoli culturali nelle televisioni UER (paesi dell'eurovisione); gli spettacoli ricreativi e film di cinema nella tv italiana.

Pubblicazioni principali: Telebiblioteca, (rubrica di saggistica radiotelevisiva per la rivista Comunità); La televisione inutile, 1961; I teleclubs (ASSCS); Le cinevideocassette, (SIPRA) 1970.

IVREA, via G. Gena 13, tel. 48907.

MAX BELUFFI (3 gennaio 1924)

Neuropsichiatra; libero docente in psichiatria; ricercatore; primario coordinatore delle ricerche, Sovraintendenza psichiatrica provinciale.

Ultime ricerche effettuate: elaborazione del piano strutturale, informativo e bibliografico di due saggi su "psichiatria e scienze culturali" e "psichiatria umanistica".

Pubblicazioni principali: Cinema d'arte, alienazione e psicoterapia, Il Mulino 1969.

MILANO, via V. Bellini 10, tel. 705424.

CLAUDIO BERTIERI (20 settembre 1926)

Consulente della RPR, Realizzazioni di pubbliche relazioni, Roma/Milano; critico cinematografico; esperto di massmediologia.

Settori di ricerca: il fumetto italiano e la cultura nazionale; le famiglie di carta; il cinema non spettacolare; i comics; l'immagine.

Pubblicazioni principali: Gli eroi del tempo libero, 1969; AZ Comics, 1970; Il cinema d'animazione bulgaro, 1972; El cine documental, 1973.

GENOVA, via Cecchi 5/10, tel. 590760.

GIANFRANCO BETTETINI (16 gennaio 1933)

Vice direttore di storia e critica del film, RAI, Milano; professore incaricato presso l'università di Genova e l'università cattolica di Milano; direttore della sezione cinema della Scuola superiore delle comunicazioni sociali, Milano; semiologo.

Ultime ricerche effettuate: analisi semiotica del concetto di realismo nel cinema 1970; il linguaggio delle avanguardie del cinema espressionista tedesco 1972; rapporti tra ideologia e linguaggio nel sistema cinematografico 1973.

Pubblicazioni principali: La regia televisiva, La Scuola 1965; Cinema: lingua e scrittura, Bompiani 1968; L'indice del realismo, Bompiani 1971; Cinema lingua e scrittura, Bompiani 1974.

MILANO, via San Martino 11/a, tel. 8322696.

PAOLO BISOGNO (1932)

Direttore del laboratorio di studi sulla ricerca e sulla documentazione del CNR, Roma.

Settori di ricerca: documentalistica, tecnologia, programmazione scientifica.

Pubblicazioni principali: Previsione tecnologica, (ed.) Bizzarri 1970; Previsione tecnologica e società, (ed.) Springer-Verlag 1973; Note per uno studio europeo per un sistema europeo d'informazione; Metodologia e tecnica dell'information retrieval; Programma di sviluppo dei servizi di documentazione e informazione delle stazioni sperimentali per l'industria.

ROMA, CNR, Laboratorio di studi sulla ricerca e sulla documentazione, via Cesare de Lollis 12, tel. 491144.

GIAMPAOLO BONANI (18 agosto 1942)

Psicosociologo, consulente educativo, direttore di ricerca dell'Istituto di ricerche; consultazioni e studi sui mezzi audiovisivi – CONSULMEDIA, coordinatore della rivista SIPRA.

Settori di ricerca: tecnologie educative; applicazione degli audiovisivi ai processi comunicazionali nelle organizzazioni complesse.

Pubblicazioni principali: Il centro TVcc dell'Istituto di anatomia dell'università di Roma, CNITE, 1971; Tecnologie e problemi dell'ambiente educativo, NTA, 1972; Forma e antiforma: prospettive della comunicazione educativa, Futuribili, 1972: I segni della pubblicità, SIPRA, 1973; La diversificazione del sistema universitario italiano e l'impiego della TV, ERI, 1973; Sociologia della educazione, Le Monnier, 1973; Materiali per l'innovazione universitaria, Officina Edizioni, 1974.

ROMA, CONSULMEDIA, via Tomacelli 146, tel. 6791147.

GIORGIO BRAGA (15 febbraio 1912)

Docente di sociologia delle comunicazioni presso la libera università di Trento.

Settori di ricerca: sociologia del linguaggio; tv e influenza personale; ricerche in aree bilingui; analisi del contenuto; l'immagine.

Pubblicazioni principali: Comunicazione e società 1969; Tv e vita politica (in Tv e vita italiana) ERI 1968; La comunicazione sociale 1969; Il sistema della comunicazione come costrutto mediatore fra società e linguaggio (Sociologia, IV, 2) 1970 (tr. ingl. e ted.).

MILANO, Via Hayez 16, tel. 208263.

EMILIA BUONANNO (24 gennaio 1944)

Insegnante; ricercatore presso il CESDI.

Settori di ricerca: stampa quotidiana; stampa periodica femminile; produzione educativa della televisione.

Pubblicazioni principali: articoli apparsi in: Tempi moderni; La critica sociologica; Rassegna Italiana di sociologia; Documentazione per la televisione educativa; Politica culturale, Guaraldi 1970.

ROMA, Via Gadames 3, tel. 8317543.

GABRIELE CALVI (30 aprile 1925)

Direttore dell'EURISKO, gruppo per la ricerca e le applicazioni creative in psicologia e marketing; incaricato di psicologia, psicologia sociale e psicologia della pubblicità presso l'università Cattolica e la Scuola superiore delle comunicazioni sociali, Milano; direttore della rivista Studi di mercato (AISM).

Settore di ricerca: psicosociologia.

Pubblicazioni principali: La misura dell'intelligenza, Il Mulino 1972; Analisi psicodinamica della stampa clandestina, Ist. stor. della resistenza 1972; Il test G, materiale e manuale, 1972.

MILANO, Via Monterosa 19, tel. 431353/4696986.

ELISA CALZAVARA (29 settembre 1934)

Incaricato di comunicazioni di massa presso la Scuola di perfezionamento per ricercatori sociali, università di Roma; di antropologia culturale, presso il Centro di educazione professionale per assistenti sociali, università di Roma; funzionario presso la Direzione centrale delle trasmissioni culturali e scolastiche, RAI, Roma.

Settori di ricerca: antropologia; televisione educativa.

Pubblicazioni principali: La terza cultura, Ricerche, 1968; Antropologia culturale e educazione (QSE/15) 1968; Codici culturali e comunicazione didattica (QSE/25) 1973.

ROMA, Via R. Caverni 6, tel. 316519.

FABIO CANZIANI (7 febbraio 1935)

Professore incaricato di neuropsichiatria infantile all'università di Palermo; libero docente in psicologia dell'età evolutiva.

Ultime ricerche effettuate: la tv e i giovani, le pause al cinema e alla tv; gli effetti patogeni del cinema e della tv.

Pubblicazioni principali: Sul film e sull'età evolutiva (ASSCS III f. 2) 1966; Riflessi psicologici e psicopatologici della stampa a fumetti nell'età evolutiva (CM 75 5°) 1967; La comprensione del linguaggio fumettistico (IKON 1 41) 1968; Ricerca sulla partecipazione emotiva dei fanciulli davanti ad un film per bambini e a dei cartoni animati, ASO, 1973.

PALERMO, via Principe di Villafranca 29, tel. 248016.

GIORGIO CARDONA (7 gennaio 1943)

Assistente ordinario di glottologia presso la facoltà di lettere dell'università di Roma; professore incaricato presso la stessa università.

Settori di ricerca: linguistica antropologica; lingua della pubblicità.

Pubblicazioni principali: Glossario di linguistica generale, Armando 1969; Il linguaggio della pubblicità, Longo (cds); Linguistica antropologica, Boringhieri (cds); Realtà linguistica (SIPRA 1) 1972; L'innovazione linguistica in pubblicità (SIPRA 3) 1972; Lingua della pubblicità (cds); Standard italian, Mouton (cds).

ROMA, via dei Villini, tel. 863985.

AURELIANO CASALI (24 luglio 1927)

Direttore del centro ricerche dell'istituto di cibernetica della repubblica di San Marino; docente in corsi di aggiornamento e seminari di ricerca; ingegnere elettronico.

Settore di ricerca: ingegneria della comunicazione (pedagogica, informativa).

Pubblicazioni principali: La ricerca dei nuovi metodi educativi su basi cibernetiche (rapporto per l'OCDE); Ricerche sull'attenzione in cibernetica (Civiltà delle macchine) 1970; Retroazione e finalità cibernetiche in pedagogia (A.I. Symp. di Cib. CNR); Rapporti fra modelli della mente e fenomeni presi a modello (A.I. Congr. di Cib. CNR); I nuovi aspetti dell'attenzione e della suggestione in rapporto ad una migliore memorizzazione dell'informazione (IRTV n. 6/7) 1972.

SAN MARINO, via Boschetti, Borgo Maggiore.

ANTONIO CASCINO (14 giugno 1934)

Ricercatore sociale; funzionario presso il servizio opinioni della RAI, Roma.

Settori di ricerca: televisione e ragazzi; memorizzazione e decodifica del messaggio.

Pubblicazioni principali: I pareri del pubblico su alcuni aspetti della prosa radiofonica (ASO 76) 1969; Televisione e mondo agricolo in Italia (ASO 82) 1970; Interessi della popolazione adulta italiana (ASO 121) 1971; Le scelte del pubblico e la collocazione dei programmi televisivi (ASO 130) 1971.

ROMA, RAI, Servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781.

FRANCESCO CASETTI (2 aprile 1947)

Ricercatore presso l'istituto A. Gemelli, Milano; assistente presso la cattedra di storia e critica del cinema, Università Cattolica di Milano.

Settori di ricerca: cinema contemporaneo; cinema e semiotica: telefilm sperimentale.

Pubblicazioni principali: Racconto e anti-racconto nel cinema contemporaneo (IKON 81) 1972; Oltre l'iscrizione, la scrittura (BN 7/8) 1972; Lettura, ri-lettura (BN 1/2) 1973.

MILANO, via B. Menzini 3, tel. 4074672.

UGO CASTAGNOTTO (15 maggio 1941)

Lettore presso l'università di Uppsala, Svezia.

Settori di ricerca: semantica; linguistica.

Pubblicazioni principali: Semantica della pubblicità, Silva 1970; Introduzione alla semantica, Giappichelli 1971; Il mito del contratto linguistico nella struttura dell'opera letteraria (Strumenti Critici 19) 1973; La metafora del linguaggio della moda (AGI, VI).

TORINO via Saluzzo 95, tel. 686246.

SILVIO CECCATO (25 gennaio 1914)

Professore di tecniche della comunicazione presso lo IULM, Istituto universitario di lingue moderne, Milano; direttore del Centro di cibernetica e di attività linguistiche, Milano.

Settori di ricerca: operazioni mentali e linguistiche; cibernetica.

Pubblicazioni principali: Un tecnico fra i filosofi, Marsilio; Cibernetica per tutti, Feltrinelli; Corso di linguistica operativa, Longanesi 1969; Il maestro inverosimile, Bompiani, 1970; La mente vista da un cibernetico, ERI, 1972.

MILANO, università degli studi, via Festa del Perdono 3, tel. 8846.

ENRICO CELLI (28 dicembre 1934)

Funzionario presso la direzione centrale programmi tv culturali e di integrazione scolastica, RAI, Roma.

Settori di ricerca: comunicazione audiovisiva didattica, antropologico-culturale, semiotica e tecnico-realizzativa; linguaggio audiovisivo e codici; ascolto della tv scolastica.

Pubblicazioni principali: Codici culturali e comunicazione didattica (QSE, 25) 1973; Comunicazione audiovisiva didattica (SC 6) 1972; Sistemi multimediali: Panorama di ricerche e applicazioni (PP, 6) 1972; Comunicazione audiovisiva a fini di apprendimento in sistema multimediale, (AV, 6 e 7) 1972; Applicazioni sperimentali di sistemi didattici multimediali, (AV, 10) 1972; Uso dei mezzi tv a fini didattici (CEE, Frascati) 1973; Comunicazione audiovisiva: rassegna di linguaggi e codici, (doc. RAI) 1973.

ROMA, via dei Fienili 65, tel. 682088.

GIUSEPPE CEREDA (13 febbraio 1942)

Incaricato di semiotica della comunicazione audiovisiva presso l'ISOP, Roma; assistente presso l'istituto del teatro e dello spettacolo, università di Roma; funzionario presso la Segreteria tecnica generale per i programmi, RAI, Roma.

Ultime ricerche effettuate: le unità minime di significato e di funzione del linguaggio filmico e televisivo; i telefilm sperimentali.

Pubblicazioni principali: Immagine e parola (SIPRA) 1969; Codici e anticodici (SIPRA) 1971; Mezzogiorno e televisione (NC) 1972; Industria culturale e semiotica (BN) 1973 (cds); Codici e cinema, (cds).

ROMA, via F. Portinari 65, tel. 5372327.

MARCELLO CESA BIANCHI

Ordinario di psicologia presso l'università di Milano; direttore dell'istituto di psicologia nella stessa università.

Settore di ricerca: psicologia.

Pubblicazioni principali: La percezione, F. Angeli, 1971.

MILANO, università degli studi, istituto di psicologia, tel. 799082.

LUIGI CHIARINI (20 giugno 1900)

Direttore dell'istituto dello spettacolo, università di Urbino; ordinario di storia e critica del cinema nella stessa università.

Settori di ricerca: cinema, immagine.

Pubblicazioni principali: Arte e tecnica del film, Laterza 1962; Panorama del cinema italiano (BN); Storia e problemi: il film e la tecnica, Bulzoni 1973.

URBINO, istituto dello spettacolo, via Muzio Oddi, tel. 2650.

ANTONIO CIAMPI (10 novembre 1910)

Presidente della SIAE, Società italiana autori ed editori, Roma; direttore della rivista Lo Spettacolo; membro del Comitato di vigilanza sulle radiodiffusioni.

Settori di ricerca: diritti di autore; tempo libero.

Pubblicazioni principali: Diritto d'autore, diritto naturale, Giuffré; Il tempo libero in Italia, Bompiani; La durata del diritto d'autore nel quadro dell'integrazione europea, SIAE; L'impiego del tempo libero in Calabria dal 1958 al 1968, SIAE.

ROMA, SIAE, viale della Letteratura 30, tel. 5990.

IVANO CIPRIANI (1926)

Incaricato di teorie e tecniche delle comunicazioni di massa all'università di Roma, facoltà di magistero; giornalista, critico televisivo.

Settori di ricerca: la comunicazione di massa e le sue implicazioni psicopedagogiche; audience e televisione; teatro.

ROMA, università degli studi, facoltà di magistero, via dei Mille 1, tel. 480033.

TERESA CLERICI (9 marzo 1928)

Consulente programmi presso il servizio culturale, RAI, Torino; capo progetto di Nuove tecnologie di comunicazione, Fondazione G. Agnelli.

Settori di ricerca: audiovisivi e antinfortunistica; programmi educativi per televisione; educazione permanente.

TORINO, Fondazione G. Agnelli, via Giacosa 38, tel. 658666.

MARCO FURIO COLOMBO (1 gennaio 1931)

Direttore della direzione centrale trasmissioni culturali, RAI, Roma; giornalista; docente del DAMS, università di Bologna.

Settore di ricerca: linguaggio delle comunicazioni di massa.

Pubblicazioni principali: Nuovo teatro americano, Bompiani 1963; Invece della violenza, Bompiani 1967; Arte e violenza, Bonnecchi 1973; Cinema e televisione (BN) 1973; Prefazione a TV CAVO. L'altra televisione (AA.VV.) Bompiani 1973.

ROMA, via Gregoriana 36, tel. 6785139/380713.

FRANCO CRESPI (24 maggio 1930)

Professore incaricato di sociologia presso l'università di Perugia; direttore dell'istituto di studi sociali, facoltà di scienze politiche, nella stessa università.

Settori di ricerca: tempo libero; processo d'industrializzazione; televisione e pubblico; irreligione e ateismo.

Pubblicazioni principali: Giovani operai del sud; problemi di formazione e adattamento (RS, 22) 1971; Impegno religioso e pregiudizio (RS, 24) 1972; Televisione e dinamica familiare, (RAI) 1973; Universitari oggi, Armando, 1973 (cds).

ROMA, via Tor Fiorenza 28, tel. 8310624.

FRANCESCO CARLO CRISPOLTI (21 novembre 1937)

Direttore dell'AIRF, associazione dei foto e video reporters; pubblicista; regista; fondatore del periodico Video-cassette; promotore della FILDIV, federazione lavoratori informazione visiva.

Settori di ricerca: gli aspetti comunicazionali dei mezzi televisivi per uso domestico e delle piccole comunità; CATV e videoregistrazione.

Pubblicazioni principali: Catalogo rassegna video di Acireale, Circuito chiuso-aperto, 1972.

ROMA, via Firenze 43, tel. 4751211.

MARIA ANGELA CROCE

Settori di ricerca: psicosociologia; comunicazione di massa e giovani; l'impiego dei mezzi audiovisivi nell'insegnamento.

Pubblicazioni principali: Effetti della discussione di gruppo a tipo cineforum sulla motivazione al successo di spettatori adolescenti (IKON 72) 1970; Gli effetti dei mezzi di comunicazione di massa in pubblici giovanili (Q. Ikon 5) 1970; Giovani, messaggio cinematografico e variazioni di atteggiamento (Q. Ikon 7); L'educazione al film (Q. Ikon 9); Tecniche audiovisive nell'insegnamento e invenzione (IRTV 10) 1972.

MILANO, ISPSIV, corso Monforte 33, tel. 780023.

FRANCESCO DE DOMENICO (31 gennaio 1943)

Incaricato di sociologia della comunicazione, università di Roma, facoltà di magistero; funzionario presso il servizio opinioni, RAI, Roma.

Settori di ricerca: analisi del contenuto dei programmi radiotelevisivi; il pubblico cinematografico; il tempo libero; la stampa quotidiana.

Pubblicazioni principali: La ricerca empirica sugli effetti della comunicazione radiotelevisiva (ASO 105, 173); Giovani e adulti: interessi e impiego del tempo libero (ASO 166, 187); I bambini e la pubblicità (ASO 185, 198); Le esperienze di trasmissioni politico-elettorali in Italia e alcuni paesi dell'Europa occidentale.

ROMA, RAI, servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781.

GIUSEPPE DE RITA (27 luglio 1932)

Segretario generale della fondazione CENSIS; membro del comitato direttivo dell'istituto nazionale di sociologia rurale; già responsabile della sezione sociologica della SVIMEZ, e segretario generale dell'Associazione italiana di scienze sociali.

Settori di ricerca: sociologia; problemi didattici e formativi; problemi del lavoro; innovazione scientifica e tecnologia.

ROMA, CENSIS, Centro studi investimenti sociali, corso V. Emanuele 251, tel. 657141.

GIORGIO DE VINCENTI (19 maggio 1944)

Realizzatore televisivo per i programmi culturali, RAI, Roma; critico cinematografico.

Settori di ricerca: semiotica cinematografica; storia del cinema; riviste cinematografiche; arte figurativa.

Pubblicazioni principali: articoli vari in Cinema 60; Storia dell' arte, Il Sagittario (cds).

ROMA, via Cecilia Metella 9, tel. 7857617.

FERNALDO DI GIAMMATTEO (1922)

Vice presidente del Centro sperimentale di cinematografia di Roma; collaboratore della Rai; critico cinematografico; sociologo.

Settori di ricerca: comunicazione di massa; cinema e televisione.

Pubblicazioni principali: Osservazioni su linguistica e teoria cinematografica, (B/N) 1966; Limiti e responsabilità degli autori nella tematica dell'opera filmica, (Rivista del Cinematografo) 1968; Televisione e vita italiana, ERI 1968; Cinema e costume, ERI 1970; Televisione potere riforma, La Nuova Italia 1974.

ROMA, via Castelfranco Veneto 62, tel. 3275197.

GILLO DORFLES (12 aprile 1910)

Ordinario di estetica presso l'università di Cagliari; direttore dell'istituto di discipline artistiche nella stessa università.

Settori di ricerca: critca d'arte; design.

Pubblicazioni principali: Artificio e natura, Einaudi 1968; Il Kitsch, Mazzotta 1969; Introduzione al disegno industriale, Einaudi 1971.

MILANO, via P. Lavater 3, tel. 200351.

FRANCESCO DORIGO (26 marzo 1917)

Docente di linguaggio audiovisivo, al centro studi N. Rezzara di Vicenza; direttore della rivista CM, Comunicazione di massa; critico cinematografico.

Settore di ricerca: comunicazione di massa.

Pubblicazioni principali: Cinema della crisi; Comunicazioni di massa.

VENEZIA, Santa Croce 2123, tel. 31007.

RICCARDO DURANTE (18 maggio 1928)

Economista, ufficio studi economici dell'ENI, Roma.

Settore di ricerca: pubblicità.

Pubblicazioni principali: Le curve di risposta e la pianificazione dei mezzi (MF) 1971; L'ottimizzazione di una campagna pubblicitaria (MF) 1972; Le operazioni della strategia pubblicitaria (SIPRA) 1972; Modelli di attacco e di difesa pubblicitaria (SIPRA) 1972; Giovani, innovazioni, marketing (SIPRA) 1973.

ROMA, via Ciro Menotti 24, tel. 310371.

UMBERTO ECO (5 gennaio 1932)

Incaricato di semiotica presso l'università di Bologna; direttore di VS-quaderni di studi semiotici; direttore delle collane Bompiani di saggistica.

Settori di ricerca: semiologia, filosofia, sociologia.

Pubblicazioni principali: Le forme del contenuto, Bompiani 1971; Il costume di casa, Bompiani 1973; Il segno ,Isedi 1973.

MILANO, Bompiani, via Pisacane 26, tel. 266241.

PAOLO FABBRI (17 maggio 1939)

Professore incaricato di filosofia del linguaggio e di sociolinguistica presso l'università di Urbino, facoltà di magistero; collaboratore del Gruppo studi audiovisivi di Firenze.

Settori di ricerca: comunicazioni di massa; semiologia; sociologia.

Pubblicazioni principali: Analyse sémiotique d'un discours juridique, Documents de travail 1971; Le comunicazioni di massa in Italia; Sguardo semiotico e malocchio della sociologia (VS 5) 1973; La semiotica del discorso pubblicitario (cds) Einaudi.

URBINO, (PS), Centro internazionale di semiotica e linguistica, Piazza Rinascimento 7, tel. 2953.

GIAMPAOLO FABRIS (6 gennaio 1938)

Direttore della Demoskopea; professore incaricato di sociologia dei consumi alla Scuola di amministrazione industriale dell'università di Torino.

Settori di ricerca: mezzi di massa; audience; analisi del contenuto; comunicazione persuasoria.

Pubblicazioni principali: La comunicazione pubblicitaria, Etas Kompass 1968; Il comportamento del consumatore, Angeli,1970; Sociologia dei consumi, Hoepli 1971.

MILANO, viale Majno 34, tel. 221341.

ROBERTO FAENZA

Regista cinematografico; ricercatore.

Settori di ricerca: TV via cavo, partecipazione comunitaria alla gestione dei media; videoregistrazione.

Pubblicazioni principali: Senza chiedere permesso (ed.) Feltrinelli 1973; Fanfan la Tivù, Feltrinelli 1974.

ALBERTO FARASSINO (1 agosto 1944)

Ricercatore in semiotica presso l'ISPSIV, Milano; assitente presso la SSCS, Milano.

Ultime ricerche effettuate: linguaggio nella predicazione domenicale; detemporizzazione e tramonto delle strutture narrative nel cinema contemporaneo; analisi semiologica di film sperimentali.

Pubblicazioni principali: Il cinema francese dopo il 1968 (BN) 1972; Racconto e antiracconto nel cinema contemporaneo (IKON 81) 1972; Jean-Luc Godard, Nuova Italia (cds).

MILANO, via Caradosso 6, tel. 313869.

FRANCO FERRACUTI (1 aprile 1927)

Medico chirurgo; professore incaricato di criminologia presso l'università di Roma; aiuto ordinario presso l'istituto di psicologia nella stessa università.

Ultime ricerche effettuate: le motivazioni; la delinquenza minorile a Portorico; la violenza dei mass media.

Pubblicazioni principali: Studio tipologico del pubblico televisivo (BPA) 1967; La violenza nei mezzi di comunicazione di massa, ERI 1968; Indagine sperimentale sugli effetti immediati della presentazione di scene di violenza filmata (BPA) 1970.

ROMA, via G. Marchi 3, tel. 8449846.

FRANCO FERRAROTTI (7 aprile 1926)

Ordinario di sociologia e direttore dell'istituto di sociologia, università di Roma; direttore de La critica sociologica.

Ultime ricerche effettuate: mass media in una comunità toscana; percezione dei ruoli d'autorità a Roma; le borgate romane; genesi, caratteristiche, dinamica; contributo alla sociologia della nazionalità.

Pubblicazioni principali : Roma da capitale a periferia, Laterza 1970; Una sociologia alternativa, De Donato 1972; La sociologia del potere, Laterza 1972; Sociologia del fenomeno religioso, Bulzoni 1973; La fotografia nelle scienze sociali: dal documento alle testimonianze, 1973.

ROMA, università degli studi, istituto di sociologia, via V.E. Orlando 75, tel. 476868.

MARIO FIERLI (24 luglio 1938)

Ingegnere; già docente di CAI presso il Centro europeo dell'educazione, Frascati.

Settori di ricerca: sistemi CAI (Computer assisted instruction); sistemi CMI (computer managed instruction); didattiche formali; informatica ed insegnamento.

Pubblicazioni principali: CORALG, un sistema Cai per l'insegnamento dell'Algol 1971; L'automazione dei sistemi didattici (RAI, nota interna) 1970; Un sistema per la gestione di dati didattici 1973.

ROMA, via del Vascello 25, tel. 5806726.

GOFFREDO FOFI

Sociologo; membro del comitato direttivo di Quaderni Piacentini e di Ombre Rosse.

Settore di ricerca: critica e storia del cinema.

Pubblicazioni principali: Il cinema italiano: servi e padroni, Feltrinelli 1971; Aggiornamento della storia del cinema (ed.) Feltrinelli.

NAPOLI, salita Tarsia 47, tel. 347851.

M. LUCIANA FONTANA TOMASSUCCI (12 aprile 1930)

Assistente ordinario presso l'istituto di pedagogia, facoltà di magistero, università di Roma.

Ultime ricerche effettuate: confronto tra istruzione programmata e metodologia tradizionale nell'insegnamento della matematica; creazione e sperimentazione di materiali programmati per l'insegnamento di discipline diverse, a livello di scuola dell'obbligo.

Pubblicazioni principali: Istruzione programmata e macchine per insegnare, Armando 1969; Didattica moderna, EIT 1971; Un esempio di tecnologia dell'insegnamento (SC 4) 1971; Un esperimento di istruzione programmata (CNITE) 1972; Algoritmi didattici e programmi (SB 6) 1972; Bibliografia sulle tecnologie educative (CNITE 1) 1972.

ROMA, università degli studi, facoltà di magistero, istituto di pedagogia, via Magenta 2, tel. 4952740.

ENRICO FULCHIGNONI (18 settembre 1913)

Capo della sezione creazione, presso il dipartimento della cultura dell'UNESCO; professore incaricato alla università di Roma, facoltà di statistica; alla Sorbona, Nanterre, e presso l'Institut français de presse,Parigi.

Settori di ricerca: tv via cavo, satelliti e videocassette; forme culturali tradizionali in tv; rapporti tra tradizione orale e sistemi di radiotelecomunicazione; contenuto culturale dei programmi di radiotelevisione in Europa; analisi sul terreno dei mass media in Africa e in Asia.

Pubblicazioni principali: La moderna civiltà dell'immagine, Armando 1964; L immagine nell'era cosmica, Armando 1972; La civilisation de l'image, Payot; I pericoli della scuola parallela; Educazione e TV, 1967.

PARIS VI, 39 rue du Cherche-Midi, tel. 2224976.

MAURIZIO FUSI (13 aprile 1930)

Avvocato; specialista nei problemi della comunicazione pubblicitaria; ha insegnato diritto alla SSTP di Milano; membro del Giurì del codice di lealtà pubblicitaria.

Settore di ricerca: aspetti giuridici dell'azione pubblicitaria.

Pubblicazioni principali: La comunicazione pubblicitaria nei suoi aspetti giuridici, 1970; Il nuovo codice di lealtà pubblicitaria 1971.

MILANO, via Fontana 22, tel. 798188/781984.

CARLO GAGLIARDI (10 giugno 1939)

Vice capo del servizio documentazione e studi della RAI, Roma; ricercatore.

Settori di ricerca: messaggio iconico; pubblicità televisiva; università e televisione; il fumetto; informatica e partecipazione.

Pubblicazioni principali: Comunicazione di massa e linguaggio iconico (IRTV) 1970; Analisi semiologica del messaggio iconico (IRTV) 1971; Pubblicità e disgelo sociale: impatto audiovisivo (SIPRA) 1972; Comunicazioni di massa, informatica e partecipazione individuale (Futuribili) 1972; Università aperta, sistemi videocentrici e innovazione (OS) 1972; Tre poli di sviluppo per l'istruzione superiore a distanza (OS) 1973.

ROMA, RAI, servizio documentazione e studi, viale Mazzini 14, tel. 38781.

GIAMPIERO GAMALERI (14 giugno 1940)

Giornalista; capo servizio presso la direzione centrale programmi tv culturali e di integrazione scolastica, RAI, Roma; incaricato di didattica televisiva presso la Scuola di perfezionamento in filosofia e di preparazione all'insegnamento filosofico, all'università di Roma; di psicopedagogia della comunicazione sociale presso il Pontificio Ateneo Antonianum.

Settori di ricerca: didattica televisiva e TVCC; ascolto della tv scolastica; i mezzi audiovisivi nell'università.

Pubblicazioni principali: Perché un dialogo scuola-tv (STV, 1,1) 1971; Uso didattico creativo del circuito chiuso televisivo (STV II,1) 1972. La televisione educativa (SB 6) 1972. Il messaggio del colore (Audiovisione I, 2) 1973.

ROMA, RAI, Radiotelevisione italiana, via del Babuino 51, tel. 38781.

EMILIO GARRONI (1925)

Professore aggregato di filosofia presso l'università di Roma, facoltà di lettere e filosofia; incaricato di estetica.

Settore di ricerca: semiologia.

Pubblicazioni principali: La crisi semantica delle arti, 1964; Semiotica ed estetica 1968; Progetto di semiotica, Laterza 1972.

ROMA, università degli studi, facoltà di lettere e filosofia, tel. 489191.

DONATO GOFFREDO (8 novembre 1928)

Produttore televisivo, RAI, Roma; docente di comunicazione sociale ed educativa presso l'ISOP, Università Pro Deo, Roma.

Settori di ricerca: mezzi di comunicazione sociale e servizi culturali (biblioteche, musei, circuiti alternativi di spettacolo): loro utilizzazione a fini educativi; aggiornamento degli insegnanti; sociopsicologia.

Pubblicazioni principali: Formazione dell'opinione pubblica, Palombi 1972; contributi apparsi nelle seguenti opere antologiche: La comunicazione audiovisiva, Ed. Paoline 1972; La comunicazione educativa ERI 1972; Formation et information, Apostolat des éditions 1973.

ROMA, via Marcantonio Colonna 28, tel. 354846.

ENZO GOLINO (1932)

Capo del servizio lettere e arti, direzione programmi culturali, RAI, Roma.

Settore di ricerca: sociologia della letteratura e critica della cultura.

Pubblicazioni principali: Cultura e mutamento sociale, Edizioni di Comunità 1969; Il mutamento nella storia e nella critica della letteratura: materiali per una socio-critica (Nuovi argomenti 33-34) 1973; Ricerca sociologica e letteratura; ideologie espressive e classi sociali (ivi) 1974; L'educazione alla linguistica nella scuola del silenzio (Tempi moderni 5) 1971; Restaurazione della cultura? l'editoria (ivi 10) 1972; Spossessamento culturale e alienazione linguistica del personaggio nei romanzi sceneggiati televisivi (relaz. Conv. naz. sociologia della letteratura) 1974.
Già collaboratore di Il mondo di M. Pannunzio, Tempo presente, Mondo operaio; collaboratore di Nord e Sud, L'Espresso.

ROMA, via Chelini 5, tel. 875645.

GIOVANNI GOZZER (20 settembre 1915)

Consulente educativo; già direttore del Centro europeo dell'educazione di Frascati.

Settori di ricerca: problemi educativi; tecnologie dell'istruzione.

Pubblicazioni principali: L'educazione tecnologica, Palombi, 1964; Religione e rivoluzione in America Latina, Bompiani 1968; Rapporto sulla secondaria, Coines 1973.

ROMA, via Appiano 40, tel. 347565.

CESARE GRAZIANI (29 settembre 1927)

Funzionario presso il servizio opinioni della RAI, Roma; psicosociologo della comunicazione di massa.

Settori di ricerca: analisi del contenuto dei programmi radiotelevisivi; gradimento del pubblico; messaggio.

Pubblicazioni principali: Caratteristiche dei programmi televisivi e gradimento del pubblico (QSO) 1969; Analisi dei messaggi televisivi (QSO) 1969; Bilancio critico di un'esperienza di ricerca sulla comprensione dei programmi televisivi da parte del pubblico (QSO) 1974.

ROMA, RAI, servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781.

MARIO GROPPO (8 settembre 1930)

Incaricato di psicologia dell'età evolutiva, presso l'università di Torino; direttore dell'istituto di psicologia dell'università Cattolica di Milano.

Ultime ricerche effettuate: livello intellettivo e memorizzazione nell'apprendimento programmato; insegnamento programmato di geometria nella scuola elementare; apprendimento programmato delle operazioni aritmetiche per bambini insufficienti mentali che frequentano le scuole speciali.

Pubblicazioni principali: Problemi di psicologia dell'educazione, Vita e pensiero 1970; L'istruzione programmata (NQP) 1972; La tv a circuito chiuso per l'aggiornamento degli insegnanti (IKON) 1970.

MILANO, via Poggibonsi 14, tel. 4037625.

GUIDO GUARDA (4 dicembre 1919)

Consulente aziendale sugli audiovisivi (SIPRA, AUDIOMATIC, Fondazione AGNELLI, CSAIL, Centro Sperimentale audiovisivi insegnamento lingue); tiene corsi sugli audiovisivi presso istituti di direzione aziendale, la SSTP di Milano, la PA Mangement Consultants, la Kodak, l'Isneo, il Formez.

Settori di ricerca: studio comparato sull'apprendimento mediante film didattico e lezione (per l'istituto di filmologia A. Gemelli); il cinema come messaggio culturale per i giovani; gli audiovisivi nella didattica della scuola e del lavoro (per la Fondazione Agnelli); impiego degli audiovisivi nella formazione professionale permanente con particolare riguardo all'infortunistica.

Pubblicazioni principali: Bonnie e Clyde, merchandising e conflitto generazionale, 1969; La televisione come violenza, 1970; Davanti alla televisione, 1971.

MILANO, largo Righini 8, tel. 878505.

GIANCARLO ILIPRANDI (15 marzo 1925)

Designer; grafico; consulente pubblicitario; incaricato di cultura grafica presso la Società umanitaria; di visualizzazione alla SSTP, Milano; art director di varie riviste.

Ultime ricerche effettuate: i caratteri di stampa; le figure nella percezione ottica; linguaggio grafico.

Pubblicazioni principali: Linguaggio grafico uno, Editoriale 42, 1965; Linguaggio grafico due, Editoriale 42, 1966; Linguaggio grafico tre, Editoriale 42, 1971; scritti sulla comunicazione visiva sulla rivista Le arti.

MILANO, via Vallazze 63, tel. 292843.

GIAMPIERO JACOBELLI (24 aprile 1942)

Giornalista professionista, redattore della rivista Civiltà delle macchine e Futuribili .

Settori di ricerca: storia della cultura; antropologia dell'immagine; filosofia della comunicazione; futurologia.

Pubblicazioni principali: saggi ed articoli apparsi in: Civiltà delle macchine ; Futuribili ; SIPRA ; La nostra RAI .

ROMA,via F. Cavallotti 81, tel. 5800516.

JADER JACOBELLI (24 giugno 1916)

Condirettore centrale dei servizi giornalistici, RAI; direttore di Tribuna politica.

Settori di ricerca: politica; effetti delle trasmissioni televisive di carattere politico.

Pubblicazioni: 10 anni di Tribuna politica (ed.), collaborazioni a varie riviste.

ROMA, RAI, Radiotelevisione italiana, via Teulada 66, tel. 38783944.

MAURO LAENG (15 febbraio 1926)

Ordinario di pedagogia all'università di Roma, facoltà di magistero; direttore delle riviste Didattica delle scienze e Tecnologia educativa; già direttore del laboratorio multimedia del CEE di Frascati; collaboratore responsabile del settore informazione e documentazione del CNITE.

Ultime ricerche effettuate: profitto scolastico a 10, 14 e 18 anni; rendimento comparativo di tre metodi scolastici; insegnamento matematico nella scuola primaria.

Pubblicazioni principali: Le correnti della pedagogia cattolica contemporanea, 1970; Educazione in prospettiva 70, 1971; Educazione scientifica, 1971; La descolarizzazione nell'era tecnologica, 1972; Lineamenti di pedagogia, 1973.

ROMA, università degli studi, facoltà di magistero, via Magenta 2, tel. 4952740.

ERNESTO G. LAURA (1932)

Critico cinematografico

Pubblicazioni principali: La censura cinematografica. Idee esperienze documenti (Bianco e nero) 1961; Rischi e prospettive del cinema indipendente (Civiltà dell'immagine) 1967.

ROMA, via Conca d'oro 285, tel. 8103358.

MARINO LIVOLSI

Docente di sociologia, università di Trento; facoltà di scienze sociali; collaboratore dell'istituto A. Gemelli, Milano.

Settori di ricerca: problemi sociali dell'informazione visiva; stampa quotidiana.

Pubblicazioni principali: Comunicazione e integrazione, Barbera 1969; La stampa quotidiana in Italia, Bompiani 1971; La comunicazione di massa (antologia) ed. Hoepli 1972.

MILANO, ISPSIV, corso Monforte 33, tel. 780023.

GIANCARLO LIVRAGHI (25 novembre 1927)

Incaricato di teoria e tecnica della pubblicità alla scuola di amministrazione industriale dell'università di Torino; presidente della McCann-Erickson italiana SpA.

Settore di ricerca: comunicazione pubblcitaria.

Pubblicazioni principali: La pubblicità televisiva dal punto di vista dell'impresa, ERI 1968; Teoria e tecnica della pubblicità, 1971.

MILANO, via Meravigli 2, tel. 8690661.

GIOVANNI LOSITO (19 luglio 1946)

Assistente di sociologia, facoltà di lettere, università di Roma.

Ultime ricerche effettuate: la condizione studentesca nell'università di massa; l'accettazione da parte degli studenti delle nuove norme vigenti per i piani di studio universitari; modelli di comportamento e valori proposti da alcuni rotocalchi italiani.

Pubblicazioni principali: Analisi del contenuto e sociologia delle comunicazioni di massa (IRTV 1) 1972.

ROMA, via Gregorio VII 490, tel. 6221750.

FRANCO LUMACHI (21 giugno 1929)

Incaricato di sociologia dell'educazione presso l'università di Firenze, facoltà di magistero.

Ultime ricerche effettuate: i giovani e la tv; la dinamica extrascolastica dei processi di acculturazione (mezzi audiovisivi; pubblicazioni sessuoerotiche; socializzazione della cultura).

Pubblicazioni principali: Cultura di classe e programmazione, Feltrinelli 1970; Modello di ricerca sul rapporto tv-pubblico (CISCM) 1965; La donna oggi nella società, Ed. Provincia di Modena 1967.

SAN CASCIANO DI VAL DI PESA (Firenze), via Borromeo 134, tel. 828089.

LUCIA LUMBELLI (5 luglio 1937)

Incaricato di pedagogia presso l'università statale di Milano.

Ultime ricerche effettuate: focalizzazione della percezione e comunicazione cinematografica; intervista didattica: proposte metodologiche.

Pubblicazioni principali: Film narrativo, film didattico-documentario e partecipazione dello spettatore cinematografico (IKON) 1969; Il ruolo dell'esperimento nello studio del cinema (PP) 1969; (riedizione in Situazione filmica e rapporto educativo, Nuova Italia); Comunicazione non autoritaria, F. Angeli 1972.

MILANO, via Tertulliano 41, tel. 571896.

ALESSANDRO MARCO MADERNA (12 febbraio 1928)

Medico psicologo; incaricato di psicologia all'università statale di Milano; direttore della cattedra di psicologia dell'università di Torino, facoltà di magistero, e all'università di Brescia.

Settori di ricerca: psicologia sociale, psicologia dell'invecchiamento, psicologia medica.

Pubblicazioni principali: Contributo allo studio e all'applicazione dell'istruzione programmata in Italia (IKON 76) 1971; Problemi psicologici e sociali delle minorazioni in età evolutiva, 1971.

MILANO, via Lamarmora 33, tel. 6421486/588842.

ADRIANO MAGLI (24 gennaio 1920)

Vice direttore centrale dei programmi radiofonici, RAI, Roma; libero docente di storia del teatro, università di Roma.

Settori di ricerca: trasmissioni radiofoniche e televisive con partecipazione del pubblico; indagine sui vari generi di spettacolo televisivo.

Pubblicazioni principali: Problemi psicologici e sociologici dello spettacolo televisivo, (disp.); Il problema dell'esperienza spettacolare nelle rubriche radiofoniche con partecipazione del pubblico, Biblioteca teatrale, 3, 1972; Appunti sulla programmazione e lo spettacolo televisivo (disp.) 1973.

ROMA, via Caroncini 27, tel. 878860.

FEDERICO MANNA (10 marzo 1937)

Vice capo del servizio opinioni della RAI, Roma.

Settori di ricerca: rilevazione delle reazioni del pubblico sulle trasmissioni radiotelevisive; ricezione del messaggio; indagini sperimentali su piccoli gruppi.

Pubblicazioni principali: L'accoglienza del pubblico per le trasmissioni abbinate alla lotteria di capodanno (Lo Spettacolo 4) 1970; L'accoglienza dei giovani di 14-17 anni per alcuni programmi televisivi (ivi 2) 1970; relazioni sulle indagini speciali del SO-rai per alcuni programmi, pubblicati in Appunti interni, 1971-1973.

ROMA, RAI, servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781.

CESARE MANNUCCI

Sociologo della comunicazione di massa; critico televisivo: vice direttore della rivista Comunità.

Settori di ricerca: mezzi di massa e audiences; comunicazione di massa e politica; problemi di partecipazione; tecnologia avanzata; industria culturale.

Pubblicazioni principali: Televisione contro radio (Nord e Sud) 1960; La riforma della radiotelevisione (ivi) 1962; Lo spettatore senza libertà: radiotelevisione e comunicazione di massa, Laterza 1962; Radio e televisione: responsabilità e controllo, (Comunità) 1966; Tecnocrazia e masse (ivi) 1967; Il nuovo giornalista telelvisivo (ivi) 1968; La propaganda politica dalla piazza alla casa: video e voto in Italia, (ivi) 1968; La società di massa (ivi) 1971.

MILANO, c/o Comunità, tel. 790957/8.

VINCENZO MARCHIANO' (18 ottobre 1934)

Capo del servizio documentazione e studi, RAI, Roma; già assistente presso la cattedra di analisi di mercato, facoltà di scienze statistiche e attuariali, università di Roma; capo redattore di Informazione radio-tv.

Settori di ricerca: indagini di mercato; pubblicità; mezzi di massa e sviluppo sociale e culturale; sociologia dell'informazione; televisione educativa; diffusione della radio e della tv nelle zone urbane e rurali; università televisiva.

Pubblicazioni principali: Pubblicità 70 (NR 10) 1970; Il mercato dei giovani (NR 2-3) 1971; La pubblicità nel mondo (M&P 2) 1971; Pubblicità italiana (NR 12) 1972; La pubblicità vista dai manager USA (NR 5) 1972; La televisione e la società italiana (NR 6) 1972; Oltre 500 miliardi per il divertimento (NR 9) 1972; Quelli senza televisione (SIPRA 2) 1972; Distribuzione commerciale e pubblicità in Italia (SIPRA 3) 1973.

ROMA, RAI, servizio documentazione e studi, viale Mazzini 14, tel. 3878.4623.

EMO MARCONI (2 gennaio 1917)

Incaricato di storia del teatro e dello spettacolo presso l'Università Cattolica di Milano, facoltà di magistero; ricercatore presso la SSCS, Milano.

Ultime ricerche effettuate: arte e presentazione; teatro televisivo; convergenze e dicotomie tra educazione e pubblicità; immagine e struttura dell'espressione televisiva; storia e teoria dello spazio come rappresentazione.

Pubblicazioni principali: Dottrina e tecnica del teatro, La Scuola 1965; L'intelligenza drammaturgica contemporanea, La Scuola 1967; La finzione scenica, Maccari 1969.

MILANO, via Ciceri Visconti 16, tel. 559723.

ALBERTA MARIANI (3 dicembre 1937)

Funzionario presso il servizio opinioni della RAI, Roma.

Settori di ricerca: gradimento, interesse, comprensione delle trasmissioni radiofoniche e televisive in bambini e adolescenti; acquisizione e memorizzazione del messaggio e delle informazioni; modifiche di opinione.

Pubblicazioni principali: Giudizi dei bambini (tramite i genitori) sulle trasmissioni dedicate ai più piccini (ASO 98-212) 1970-1973; Giudizi dei ragazzi sulle trasmissioni a loro dedicate (ASO 95-116) 1971-1973; Ascolto e gradimento dei giovani (ASO 206) 1973; Televisione e ragazzi: ricerche e documentazioni (ASO 201) 1973.

ROMA, RAI servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781.

MUZIO MAZZOCCHI ALEMANNI (26 aprile 1920)

Funzionario presso il ministero della pubblica istruzione; consigliere d'amministrazione del CNITE.

Settori di ricerca: tecnologie educative; istruzione programmata; tecniche documentalistiche; information retrieval; media audiovisivi; organizzazione industria analfabetismo; automazione dell'educazione.

Pubblicazioni principali: Istruzione programmata e pedagogia tradizionale, Bulzoni 1970; Musica per parole (disco destinato all'insegnamento della dattilografia, con la collaborazione di M. Soldati), RCA.

ROMA, CNITE, via Marche 84, tel. 461618/461489.

MARIO MEDICI (2 giugno 1924)

Assistente ordinario presso la cattedra di storia della grammatica e della lingua italiana, università di Roma, facoltà di magistero.

Settore di ricerca: linguistica e semiologia.

Pubblicazioni principali: Lo sport; glossario di lingua contemporanea, Armando 1965; Nuovi mestieri e nuove professioni: glossario, Armando 1967; Il linguaggio pubblicitario italiano, Pan editrice 1973.

ROMA, via Francesco Massi 12/d, tel. 588659.

VIRGILIO MELCHIORRE (18 gennaio 1931)

Incaricato di filosofia della storia presso l'Università Cattolica di Milano; direttore della SSCS, Milano, e insegnante nella stessa di dottrina e tecnica della radio e di drammaturgia teorica.

Ultime ricerche effettuate: modelli e valori nella pubblicità televisiva.

Pubblicazioni principali: La coscienza utopica, Vita e pensiero 1970; L'immagine simbolica, Il Mulino 1972; Comunicazione e immagini (IRTV, 1) 1971.

MILANO, via Faravelli 5, tel. 312477.

BRUNO MUNARI (1907)

Designer, scultore, critico d'arte.

Settori di ricerca: estetica, arte, comunicazione visiva, audiences.

Pubblicazioni principali: Linguaggio pubblicitario e ricerca dell'immagine,(SIPRA DUE)1967; Design e comunicazione visiva, Laterza 1968; Artista e design, Laterza 1971; Arte e mestiere, Laterza 1966; Codice ovvio, Einaudi 1971.

MILANO

PINO PAIONI (9 aprile 1920)

Incaricato di filologia romanza all'università di Urbino, facoltà di magistero; segretario generale del Centro internazionale di semiotica e di linguistica di Urbino; membro del Comitato direttivo del laboratorio di scrittura.

Settori di ricerca: semiotica dell'immagine; semiotica della narrazione; linguaggio giornalistico; linguaggio pubblicitario; analisi narrativa/retorica/semiotica; semiotica della pubblicità e dei mass media.

URBINO, Centro internazionale di semiotica e di linguistica, piazza del Rinascimento 7, tel. 2953.

ROBERTO PETROGNANI (13 marzo 1941)

Addetto alle esercitazioni presso la cattedra di teoria e tecnica delle comunicazioni di massa, facoltà di scienze politiche e sociali, università di Firenze; collaboratore del Gruppo studi audiovisivi, presso la stessa università.

Ultime ricerche effettuate: repertorio bibliografico degli scritti di autori italiani in tema di comunicazione radiotelevisiva; il libro nel mondo giovanile; il cinema industriale.

Pubblicazioni principali: Il linguaggio giornalistico; un'ipotesi di studio sui mezzi d'informazione (Dissertazione) 1969; Problemi teorici dell'informazione (IRTV 2/3) 1972; Cinema industriale e società italiana, Angeli 1972.

FIRENZE, via di Ripoli 273, tel. 689571.

LAMBERTO PIGNOTTI (26 aprile 1926)

Professore di tecniche pubblicitarie all'università di Bologna; di decorazione, facoltà di architettura, alla università di Firenze; giornalista.

Settori di ricerca: comunicazione di massa e movimenti artistici d'avanguardia; relazioni tra registro verbale e registro visivo nella pubblicità e nelle comunicazioni di massa in genere; la pubblicità e la modificazione del significato di città.

Pubblicazioni principali: Istruzioni per l'uso degli ultimi modelli di poesia, Lerici 1968; Fra parola e immagine, Marsilio 1972; Nuovi segni, Marsilio 1973; Il supernulla, Guaraldi, 1974.

ROMA, lungotevere R. Sanzio 1, tel. 5891382.

ALDO PIRAS (14 novembre 1928)

Docente di diritto amministrativo all'università di Perugia, facoltà di giurisprudenza.

Settori di ricerca: sviluppo delle comunicazioni in rapporto alle autonomie regionali e ai processi amministrativi.

Pubblicazioni principali: Espropriazione e pubblica utilità; Le massime d'esperienza e la motivazione insufficiente; Saggio sulla prova; Interesse legittimo e giudizio amministrativo; Discrezionalità amministrativa; Giurisdizione amministrativa.

ROMA, via Plinio 7, tel. 3564027

LUIGI PIZZAMIGLIO (15 luglio 1937)

Medico chirurgo; incaricato di psicologia dell'età evolutiva, università di Roma, facoltà di magistero; e presso l'università Cattolica, Roma.

Settori di ricerca: sviluppo del linguaggio; neuropsicologia; stili cognitivi.

Pubblicazioni principali: Disturbi del linguaggio, 1970; Linguaggio e televisione per bambini, ERI 1973.

ROMA, Università degli studi, facoltà di magistero, istituto di psicologia, via dei Mille 1, tel. 4952975.

PIETRO PRINI (14 maggio 1915)

Ordinario di storia della filosofia, facoltà di magistero, università di Roma; membro del comitato direttivo e del consiglio di amministrazione della RAI, Roma; presidente della associazione incontri internazionali "il mondo di domani"; presidente della società filosofica italiana; presidente del centro didattico nazionale scuola elementare, Roma.

Settori di ricerca: filosofia teoretica e politica; teoria dell'educazione; educazione permanente; università e televisione; ecologia filosofica.

Pubblicazioni principali: nel settore delle comunicazioni si segnalano: Umanesimo programmato, 2ª ed. Armando 1970; Il mondo di domani (ed.); Il cristianesimo nella società di domani (ed.); La televisione nella Scuola di domani (ed.) 1969; Università e televisione (ed.) ERI 1972; Cristianesimo e ideologia, Città nuova 1973.

ROMA, università degli studi, facoltà di magistero, via Romita 1, tel. 478444.

GRAZIA PRIULLA CAZZOLA (27 gennaio 1945)

Ricercatore; collaboratrice del servizio opinioni della RAI, Roma.

Settori di ricerca: analisi del contenuto dei programmi tv, di films, di settimanali a rotocalco.

Pubblicazioni principali: Bibliografia delle comunicazioni di massa, Carucci 1970; collaborazione per il testo: La televisione nel sistema di comunicazioni di massa in Italia (cds).

ROMA, via di villa Zingone 26, tel. 5349531.

ASSUNTO QUADRIO (22 settembre 1929)

Ordinario di psicologia dell'età evolutiva, facoltà di magistero, Università Cattolica di Milano; direttore dell'istituto di psicologia nella stessa università; già direttore dell'ISPSIV, Milano.

Settore di ricerca: psicologia dell'età evolutiva.

MILANO, Università Cattolica, istituto di psicologia, largo Gemelli 1, tel. 86551/int. 284.

ARTURO CARLO QUINTAVALLE (12 maggio 1936)

Incaricato di storia dell'arte medievale e moderna presso l'università di Parma, e di estetica presso l'università di Cremona, facoltà di magistero; direttore dell'istituto di storia dell'arte nella università di Parma.

Settori di ricerca: comunicazione di massa e ideologia; comunicazione di massa e mito.

Pubblicazioni principali: Nero a strisce, la reazione a fumetti. 1971; Parola/immagine, 1971; L'immagine sequenza. New Photography USA, 1971; Mulas dall'oggetto al fenomeno. 1973; Università cultura di massa e comunicazione visuale. (NAC. 10) 1971; Il manifesto politico (NAC, 4) 1973; Per una lettura analitica della pubblicità, (Atti conv. provinc. di Torino) 1973.

PARMA, università degli studi, facoltà di magistero, piazza Pilotta 5, tel. 23089.

MASSIMO RENDINA (4 gennaio 1920)

Direttore centrale, RAI, Roma; docente presso la facoltà di filosofia all'Università Pontificia S. Tommaso, e presso l'istituto di scienze religiose, Università Pontificia Gregoriana, Roma; giornalista.

Settori di ricerca: nuove tecnologie educative; sociologia, linguaggio e comunicazione; diversificazione dei messaggi; filosofia della comunicazione.

ROMA, RAI, viale Mazzini 14, tel. 38781.

GIANNI RONDOLINO (13 gennaio 1932)

Docente di storia e critica del cinema all'università di Torino.

Ultime ricerche effettuate: cinema d'avanguardia; cinema di animazione.

Pubblicazioni principali: Dizionario del cinema italiano 1945-69, Einaudi 1969; Jean-Luc Godard, cinque film, Einaudi 1972; L'occhio tagliato, documenti del cinema dada e surrealista, Martano 1973.

TORINO, via Saluzzo 88, tel. 655500.

FRANCO ROSITI (2 agosto 1938)

Incaricato di sociologia e sociologia urbana all'università statale di Milano; di sociologia della cultura e delle comunicazioni alla SSCS; coordinatore di ricerca presso l'istituto A. Gemelli.

Settori di ricerca: i giovani; l'informatica; problemi dell'ideologia; programmazione televisiva italiana; analisi del contenuto.

Pubblicazioni principali: Cultura di massa e comportamento collettivo, Il Mulino 1967; Lavoratori e televisione, F. Angeli 1970; La politica dei gruppi, Comunità 1970; Contraddizione di cultura, Guaraldi 1971; Razionalità sociale e tecnologie dell'informazione (ed.), Comunità 1973.

MILANO, via Giovanni Cantoni 6, tel. 483315.

FERRUCCIO ROSSI LANDI (1 marzo 1921)

Libero docente di filosofia teoretica presso l'università di Roma; direttore della rivista Ideologie.

Settori di ricerca: sistemi segnici e ideologie; omologia della produzione materiale e verbale; linguistica ed economia.

Pubblicazioni principali: Il linguaggio come lavoro e come mercato, Bompiani 1973; Semiotica e ideologia, Bompiani 1972; Linguistics and Economics, Mouton, 1973.

ROMA, Via Giacomo Trevis 76, tel. 5133588.

VITALIANO ROVIGATTI (21 aprile 1917)

Incaricato di scienza dell'opinione pubblica, facoltà di scienze politiche, università internazionale degli studi sociali Pro Deo, docente presso numerose università italiane e straniere; direttore dell'ISOP, Roma.

Settori di ricerca: opinione pubblica, sociologia dell'informazione.

Pubblicazioni principali: Lezioni di scienza dell'opinione pubblica, EIS.

ROMA, Università internazionale di studi sociali Pro Deo, viale Pola 12, tel. 855241.

MARICA SACCHI (30 aprile 1946)

Assistente di psicologia, istituto di psicologia, Università Cattolica di Milano.

Settore di ricerca: immagine della donna.

Pubblicazioni principali: Rapporto tra immagine femminile presentata dalla letteratura fumettistica e l'immagine che la donna ha di se stessa (IKON) 1973; Giudizi e pregiudizi sulla donna che lavora, (IKON) 1973.

MILANO, Università Cattolica, istituto di psicologia, largo Gemelli 1, tel. 865551/284.

ANTONIETTA SANTORO LIBRI (16 gennaio 1930)

Capo servizio, servizio opinioni della RAI, Roma.

Settori di ricerca: opinioni del pubblico su programmi radiofonici e televisivi; comprensione delle trasmissioni.

Pubblicazioni principali: L'accoglienza del pubblico televisivo al teatro classico dell'antichità (Lo spettacolo) 1968; La comprensione della presentazione delle commedie trasmesse alla televisione (ivi) 1970; I giudizi dei ragazzi sui programmi televisivi a loro dedicati (ivi) 1971; Il linguaggio del bambino: la responsabilità degli adulti sul linguaggio infantile e l'opera divulgativa dell tv (PS) 1972; I ragazzi e la tv: la tv dei ragazzi, fattore di promozione culturale per i giovanissimi (PS) 1973.

ROMA, RAI, servizio opinioni, viale Mazzini 14, tel. 38781.

FRANCESCO SCHINO (26 Igosto 1926)

Capo dell'ufficio studi della direzione centrale programmi Tv, RAI, Roma; redattore capo istituto Enciclopedia italiana, Roma.

Settore di ricerca: didattica televisiva.

Pubblicazioni: contributi alla ricerca sulla didattica televisiva, RAI, 24 voll.

ROMA, istituto dell'Enciclopedia Italiana, piazza Paganica 4, tel. 6230704.

TULLIO SEPPILLI (16 ottobre 1928)

Direttore del centro italiano per lo studio della comunicazione di massa, e dell'istituto di etnologia e antropologia culturale, presso l'università di Perugia; incaricato di etnologia presso l'università di Perugia. di antropologia presso le università di Firenze e di Torino.

Settori di ricerca: analisi del contenuto; fattori persuasori nella comunicazione di massa; controllo sociale e devianza; storia della ricerca sociale in Italia.

Pubblicazioni principali: Effetti individuali e immediati dei messaggi radiotelevisivi, 1970; Per una definizione della critica televisiva, 1972; Il sistema della comunicazione di massa e l'assetto socioculturale del pubblico come condizioni dell'informazione sanitaria, 1972; Schema concettuale di una teoria della cultura, 1973.

PERUGIA università degli studi, istituto di etnologia e antropologia culturale, via dell'Aquilone 7, tel. 50207.

RENATO SIGURTA' (4 novembre 1921)

Medico chirurgo; libero docente in psicologia generale; membro del consiglio scientifico dell'ISPSIV, Milano.

Settore di ricerca: psicologia.

Pubblicazioni: ha curato e diretto le ricerche dell'istituto Gemelli pubblicate sulla rivista IKON, e le ricerche svolte per conto della RAI, apparse nei Quaderni del servizio opinioni.

MILANO, via F. Corridoni 1, tel. 782439.

RAFFAELE SIMONE (1944)

Docente di sociolinguistica, università di Salerno; membro della sezione audiovisivi e tecnologie dell'istruzione, istituto dell'Enciclopedia italiana.

Settore di ricerca: istruzione linguistica per mezzo di tecnologie avanzate.

ROMA, via Michele di Lando 79, tel. 420716.

GIANNI STATERA (1943)

Libero docente di metodologia della ricerca sociale, università di Roma; incaricato di sociologia e di filosofia nella stessa università; responsabile di ricerca del centro di ricerca nelle scienze morali e sociali, università di Roma; direttore scientifico del CIRS, centro interdisciplinare di ricerche sociali.

Settori di ricerca: istruzione universitaria; effetti sociali dei mass media.

Pubblicazioni principali: La conoscenza sociologica 1970; Società e comunicazione di massa, 1972; Storia di una utopia, 1973.

ROMA, università degli studi, istituto di metodologia della ricerca sociale, via Torino 95, tel. 486606.

NAZARENO TADDEI (5 giugno 1920)

Sacerdote; direttore del CSCS; docente di metodologia pastorale della comunicazione di massa, Pontificia università Gregoriana di Roma; di teoria della comunicazione, università di Sassari, facoltà di magistero; di religione e cinema, Seraphicum, Roma.

Ultime ricerche effettuate: problemi semiologici e linguistici; processo semiologico della massificazione da mass media; percezione tramite linguaggio verbale e linguaggio iconico in bambini di scuola elementare e media; rapporto d'influsso tra comunicazioni di mass media e categorie varie di recettori.

Pubblicazioni principali: Trattato di teoria cinematografica, EDAV, 1963; Lettura strutturale del film, EDAV; Mass media e libertà, Dessì 1972; Dimensione psicosociologica del cinema (disp.); Audiovisivi e macchine nell'istruzione, EDAV.

ROMA, centro dello spettacolo e della comunicazione sociale, via Siria 20, tel. 780905.

EVELINA TARRONI PIGNATARI (29 aprile 1909)

Libero docente in teorie e tecniche delle comunicazioni di massa; università di Roma, facoltà di magistero; capo ufficio del centro nazionale audiovisivi, ministero pubblica istruzione.

Settori di ricerca: memorizzazione grafica e verbale del film; opinion leaders; funzioni e linguaggio della critica televisiva.

Pubblicazioni principali: Cinema e giovani nella società contemporanea, 1968; Mezzi di comunicazione di massa, 1972; Audiovisivi, 1972.

ROMA, via dei Mille 1, tel. 877301.

GILBERTO TINACCI MANNELLI (29 ottobre 1923)

Incaricato di teoria e tecnica delle comunicazioni di massa, università di Firenze; direttore del Gruppo studi audiovisivi, presso la stessa università.

Settori di ricerca: aspetti semiologici e sociologici del messaggio televisivo: cinema industriale e società italiana; diffusione del libro in età scolare media.

Pubblicazioni principali: Le grandi comunicazioni (ed.) (GSAV) 1965; L'indagine sociologica nei settori dello spettacolo, Lo spettacolo 1965; Aspetti della decodifica del messaggio televisivo (IRTV 2) 1970; Il telecomizio (ed.) Montefeltro, 1971; Prospettive di analisi del messaggio globale: il caso della televisione (IRTV 4) 1972.

FIRENZE, università degli studi, facoltà di scienze politiche, via Laura 48, tel. 283965.

ITALO TOMASSONI (18 settembre 1938)

Avvocato; incaricato di sociologia presso l'istituto d'arte di Perugia; collaboratore di riviste d'arte.

Settori di ricerca: pubblicità e cultura; arte e ambiente; autopsia della contestazione; civiltà dell'indagine.

Pubblicazioni principali: Arte dopo il 1945: Italia, Cappelli 1971; Lo spontaneo e il programmato, Laboratorio delle arti 1970.

FOLIGNO (PG), corso Cavour 68, tel. 53133.

VALERIO TONINI (15 dicembre 1901)

Ingegnere; già incaricato di psicologia e pedagogia delle comunicazioni di massa all'università di Salerno.

Settori di ricerca: processi informazionali; epistemologia dei sistemi e sinettica; cibernetica.

Pubblicazioni principali: Strutture della tecnologia, 1968; La cibernazione, 1969; La scienza dell'uomo dalla psicoanalisi alla cibernetica, 1969; Scienza della informazione, cibernetica, epistemiologia, 1971.

ROMA, via Francesco Denza 48, tel. 873627.

GIANCARLO TRENTINI (13 agosto 1928)

Incaricato di psicologia sociale all'Università Cattolica di Milano e all'università di Venezia; presidente di Sintagma.

Ultime ricerche effettuate: la disciplina e il suo sviluppo; l'immagine aziendale e la strategia di marketing; questioni psicologiche; psicologia sociale (QPS).

MILANO, via Crocefisso 5, tel. 872700.

GABRIELE USBERTI (6 giugno 1948)

Assistente di filosofia teoretica, università degli studi di Milano.

Ultime ricerche effettuate: problema semantico nella teoria chomskiana e nella semantica generativa; approcci logici alle lingue naturali; descrizione e riferimento in logica e in linguistica.

Pubblicazioni principali: Sintassi e semantica nella grammatica trasformazionale, Il Saggiatore 1971.

MILANO, via Giovanni da Procida 5, tel. 341951.

GIAMBATTISTA VICARI (23 luglio 1909)

Giornalista; incaricato di teoria e tecnica del giornalismo presso la scuola superiore di giornalismo, università di Urbino; direttore di Il caffé; collaboratore alla RAI.

Settore di ricerca: lingua e giornalismo.

Pubblicazioni principali: Editoria e pubblica opinione, 1959; La letteratura fuori di sé, Longo 1972.

ROMA, via della Croce 67, tel. 6780614.

DINO VILLANI (18 agosto 1898)

Esperto di pubblicità e di pubbliche relazioni; già incaricato all'università Bocconi, per il corso di preparazione dei quadri dirigenti.

Settori di ricerca: pubblicità; critica d'arte

Pubblicazioni principali : La pubblicità ed i suoi segreti; La pubblicità ed i suoi mezzi, Giuffré 1966; Storia del manifesto pubblicitario, Omnia; Le confessioni di un persuasore, Ceschina, 1972.

MILANO, via Grasselli 19, tel. 733221.

FIORENZO VISCIDI (31 maggio 1928)

Incaricato di storia della filosofia, università di Padova; docente alla scuola superiore dell'opinione pubblica Rezzara, Vicenza; giornalista.

Settori di ricerca: propaganda, pubblicità, musica di massa, tv.

Pubblicazioni principali: Cinema e libertà, Cappelli 1969; numerosi articoli in Cineforum e CM, 1970, 1971.

PADOVA, via Divisione Folgore 40, tel. 34723.

UGO VOLLI (27 novembre 1948)

Redattore presso la casa editrice Bompiani; addetto alle esercitazioni presso la cattedra di logica, fac. di lettere e filosofia, università statale di Milano.

Ultime ricerche effettuate: i segni iconici; la logica dei linguaggi naturali; la semantica architettonica.

Pubblicazioni principali: Arte e scienza, Mazzotta 1972; Semiotica (voce sul dizionario enciclopedico UTET); collaborazioni varie.

MILANO, via Correggio 75, tel. 490334.

MAURO WOLF (26 ottobre 1947)

Incaricato di semiotica all'istituto per il film e le arti dello spettacolo, università internazionale dell'arte, Firenze.

Settori di ricerca: analisi semiologica del messaggio pubblicitario; cinema industriale e società italiana; bibliografia delle ricerche italiane sulla comunicazione audiovisiva (in corso).

Pubblicazioni principali: Considerazioni sul rapporto tra consumo e mezzi di comunicazione di massa (IRTV) 1971; Registri verbali e registri iconici in pubblicità (SIPRA) 1972; A proposito della sociologia delle comunicazioni (Trimestre) 1972; I sistemi di connotazione nel linguaggio pubblicitario (SIPRA) (cds).

TRENTO, via Verdi 19, tel. 35342.

ADRIANO ZANACCHI (13 aprile 1930)

Dirigente della RAI, Roma; incaricato di scienze e tecniche dell'opinione pubblica all'università Pro Deo, a Roma, e al Pontificio Ateneo Seraphicum, Roma; giornalista.

Settore di ricerca: effetti a lunga scadenza della comunicazione di massa.

Pubblicazioni principali: Introduzione alla Doxometria, 1969; Potenza e prepotenza della comunicazione sociale, Ed. Paoline, 1969.

ROMA, RAI Direzione centrale, viale Mazzini 14, tel. 3878/4256.

FERNANDO ZANELLA (6 dicembre 1944)

Addetto alle esercitazioni della scuola di servizio sociale dell'università di Firenze, sociologia I.

Settori di ricerca: cinema, pubblicità, linguaggio, semiologia.

Pubblicazioni principali: Cinema industriale e società italiana, Angeli 1972; Immagine, pubblicità e comunicazione globale (PA) 1972; Registri verbali e registri iconici del linguaggio pubblicitario (SIPRA) 1972; Appunti per un'analisi semiologica del messaggio pubblicitario (disp.) 1971.

FIRENZE, via Modena 1, tel. 587808.

GUIDO ZERILLI MARIMO' (18 agosto 1903)

Pubblicista; presidente della Nuova Antologia.

Settore di ricerca: emittenti radiotelevisive.

Pubblicazioni principali: Uomo, televisione e libertà, De Luca, 1970; Trasmettere la verità o trasformare la verità?, De Luca, 1971; Una riforma non riformatrice, 1972; Tv: un monopolio non più giustificato; una soluzione utile, 1973.

ROMA, via A. Vesalio 6, tel. 860951.

ELENCO DEGLI ENTI

AIDI. ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LA DOCUMENTAZIONE E L'INFORMAZIONE

AIRF. ASSOCIAZIONE ITALIANA REPORTERS FOTOGRAFI

ARCI. ASSOCIAZIONE RICREATIVA CULTURALE ITALIANA

CENSIS. CENTRO STUDI INVESTIMENTI SOCIALI

CENTRO DI STUDIO PER LA TELEVISIONE

CENTRO DI STUDIO SULLE TELECOMUNICAZIONI SPAZIALI

CENTRO EUROPEO DELL'EDUCAZIONE

CENTRO NAZIONALE PER GLI STUDI SULL'INFORMAZIONE

CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA

CENTRO STUDI CINEMATOGRAFICI

CNITE. CENTRO NAZIONALE ITALIANO TECNOLOGIE EDUCATIVE

CONSULMEDIA

CSSTI. CENTRO DI STUDIO E SPERIMENTAZIONE DELLE TECNOLOGIE DELL'EDUCAZIONE

DAMS. CORSO DI LAUREA IN DISCIPLINE DELLE ARTI DELLA MUSICA E DELLO SPETTACOLO

DEMOSKOPEA

ENTE DELLO SPETTACOLO

EURISKO. GRUPPO PER LA RICERCA E LE APPLICAZIONI CREATIVE IN PSICO-SOCIOLOGIA E MARKETING

FONDAZIONE UGO BORDONI

GRUPPO STUDI AUDIOVISIVI

IIC. ISTITUTO INTERNAZIONALE DELLE COMUNICAZIONI

INI. ISTITUTO INTERNAZIONALE DELL'INFORMAZIONE

IRTAV. ISTITUTO PER LA RICERCA SULLE TECNOLOGIE AUDIOVISIVE

ISERP. ISTITUTO DI STUDI E RICERCHE SULLA PUBBLICITA'

ISIP. ISTITUTO SCUOLA ITALIANA PUBBLICITA'

ISOP. ISTITUTO SUPERIORE DI SCIENZE E DI TECNICHE DELLA OPINIONE PUBBLICA

ISPSIV IST. A. GEMELLI PER LO STUDIO SPERIMENTALE DI PROBLEMI SOCIALI DELLA INFORMAZIONE VISIVA

ISTITUTO SUPERIORE DELLE POSTE E TELECOMUNICAZIONI

LABORATORIO DI STUDI SULLA RICERCA E DOCUMENTAZIONE

LABORATORIO PER LE TECNICHE DIDATTICHE DEL CNR

OPPI. ORGANIZZAZIONE PER LA PREPARAZIONE PROFESSIONALE DEGLI INSEGNANTI

RAI. SERVIZIO DOCUMENTAZIONE E STUDI

RAI. SERVIZIO OPINIONI

REGIONE EMILIA ROMAGNA

SCUOLA DI TECNICHE SOCIALI DELLA INFORMAZIONE

SCUOLA SUPERIORE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

AIDI – ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LA DOCUMENTAZIONE E L'INFORMAZIONE (1966)

Associazione di carattere nazionale senza scopo di lucro, che si propone di svolgere attività di documentazione e d'informazione.

Presidente: prof. Carlo Cya

Fini: promuovere una radicale utilizzazione del materiale di documentazione; provvedere alla preparazione qualificata delle persone che intendano occuparsi di documentazione e di informazione svolgere corsi di addestramento professionale, di specializzazione e di aggiornamento in materia di documentazione; indire congressi, convegni, dibattiti.

Attività: svolge ricerche anche su commissione nel settore della documentazione, nel campo dell'economia e delle scienze sociali; tiene seminari e corsi di aggiornamento per la formazione degli studiosi della documentazione e dell'informazione.

Pubblicazioni: Documentazione e informazione, annuale; BID, bollettino d'informazione e di documentazione; Lettere ai soci, bimestrali.

ROMA, Piazza Indipendenza 11/b, tel. 4956844.

AIRF – ASSOCIAZIONE ITALIANA REPORTERS FOTOGRAFICI (1972)

Direttore: Francesco Carlo Crispolti

Fini: riunire tutti i professionisti dell'informazione visiva, della documentazione fotografica, in una categoria giuridicamente riconosciuta a livello di quella giornalistica; svolgere attività culturale e informativa, nell'ambito dei compiti definiti dalla FILDIV, Federazione italiana lavoratori dell'informazione visiva; partecipare alle azioni che mirano alla realizzazione di una riforma generale dell'informazione nei suoi vari generi; promuovere centri di istruzione professionale per gli operatori culturali dell'informazione visiva.

Pubblicazioni: Notiziario mensile dell'AIRF.

ROMA, via Sallustiana 15, tel. 461832.

ARCI – ASSOCIAZIONE RICREATIVA CULTURALE ITALIANA (1966)

Responsabile del settore radio-televisivo: Lidia Serenari.

Fini: nell'ambito di più vaste finalità culturali l'associazione prevede interventi nel settore radiotelevisivo.

Attività: l'associazione guida lo sviluppo di una rete di gruppi e sezioni di interesse cinematografico che operano nell'ambito dei circoli culturali e ricreativi; ha costituito e aggiorna una cineteca di opere inpegnate e di particolare valore sociale, e circoli di cultura cinematografica e di ascolto, per la formazione della critica e della partecipazione del pubblico; promuove convegni e manifestazioni a livello regionale e nazionale; in particolare si segnalano le ricerche sull'analisi dei programmi televisivi, condotta dal Gruppo strumenti audiovisivi e pubblico, di Bologna; (i testi della ricerca sono stati pubblicati in quattro Quaderni; per richiederli rivolgersi a Giuseppe Molinari, c/o ARCI, via Riva Reno 75/3, Bologna, tel. 238918).

Biblioteca: costituita da materiale di documentazione.

Pubblicazioni: Dimensione A, mensile; varie nei settori: cinema, radio e televisione, circoli aziendali, etc.

ROMA, via Carrara 27, tel. 314451.

CENSIS – CENTRO STUDI INVESTIMENTI SOCIALI (1964)

Centro di studi e ricerche senza fini di lucro, nato come continuazione della sezione sociologica della SVIMEZ.

Consigliere delegato: dott. Giuseppe De Rita

Fini: studiare: problemi sociali dello sviluppo economico nei settori della trasformazione sociale e culturale; strutture scolastiche e formazione di base; formazione professionale scolastica, extrascolastica e aziendale; svolgere ricerche scientifiche e tecnologiche; effettuare un servizio di documentazione in materia di strumenti d'informazione e di assistenza tecnica.

Attività: l'attività di ricerca è applicata ai settori: processi formativi e programmazione scolastica: politiche del lavoro: sicurezza sociale e interventi sociali; ricerca scientifica e innovazione tecnologica. Il centro collabora con vari organismi nazionali e internazionali, tra i quali il CNR, la fondazione Agnelli, l'ISES, il FORMEZ, l'IFAP, l'OCSE, la CEE, l'UNESCO. Annualmente il centro prepara un Rapporto sulla situazione sociale del Paese.

Pubblicazioni: Organizzazione della ricerca scientifica e tecnologica in Italia, 1967; Linee di evoluzione del sistema informativo, 1968; Rassegna della letteratura straniera in sociologia dell'educazione, 1969; Aspetti sociali ed economici della situazione universitaria italiana, 1970; La formazione dei formatori, 1971; Promozione sul lavoro e riqualificazione professionale, 1971. Censis, quindicinale di note e commenti.

ROMA, corso Vittorio Emanuele 251, tel. 657141

CENTRO DI STUDIO PER LA TELEVISIONE (1950)

Direttore: prof. Claudio Egidi

TORINO, c/o Istituto elettrotecnico nazionale Galileo Ferraris, corso Massimo D'Azeglio 42, tel. 688773 int. 75.

CENTRO DI STUDIO SULLE TELECOMUNICAZIONI SPAZIALI (1971)

Fondato sulla base di una convenzione tra il Consiglio nazionale delle ricerche e il Politecnico di Milano.

Direttore: prof. Guido Tartara

Fini: svolgere studi e ricerche nel campo dei sistemi di comunicazione, con particolare riguardo alle comunicazioni spaziali.

Attività: elaborazione e trasmissione dei segnali d'informazione sui vari canali di comunicazione.

Biblioteca: il Centro ha accesso alla biblioteca dell'Istituto di elettronica del Politecnico di Milano, presso il quale ha sede: vi si trovano libri e riviste che trattano delle telecomunicazioni nei vari paesi.

Borse di studio: il Centro dispone di borse gestite direttamente dal CNR.

MILANO, c/o Politecnico, istituto di elettronica, piazza L. da Vinci 32, tel. 2367241/5.

CENTRO EUROPEO DELL'EDUCAZIONE (1960)

Direttore: prof. Giovanni Gozzer

Fini: aggiornare e perfezionare la formazione degli insegnanti; condurre ricerche nell'ambito della pedagogia; diffondere la conoscenza dei mezzi audiovisivi a fini educativi.

Attività: svolge corsi di perfezionamento e aggiornamento in campo educativo con l'impiego di un laboratorio multimedia, che comprende TVcc, calcolatore per la CAI (computer assisted instruction), sequenze programmate; nel 1973 il Centro ha istituito un servizio di documentazione a distanza per la formazione e l'aggiornamento degli insegnanti.

Pubblicazioni principali: L'educazione tecnologica, 1967; Laboratorio multimedia, 1970; Quaderno LAB (laboratorio linguistico) 1971; Quaderno LAM (L'alternativa) 1971.

FRASCATI (Roma) villa Falconieri, tel. 940230.

CENTRO NAZIONALE PER GLI STUDI SULL'INFORMAZIONE (1956)

Costituito sulla base di un'iniziativa di carattere internazionale promossa dall'università di Strasburgo, nel quadro delle attività dell'UNESCO.

Presidente: prof. Francesco Fattorello

Fini: svolgere studi e sviluppare contatti tra persone e istituti che si occupino dei problemi inerenti all'informazione; coordinare gli studi svolti nell'ambito nazionale sul problema; tenere rapporti con l'Association internationale de études et recherches sur l'information.

Pubblicazioni: Notizie e commenti; Repertorio bibliografico sulla letteratura relativa alla stampa periodica nelle provincie italiane (in corso).

Biblioteca: in via di sistemazione.

ROMA, piazza Firenze 27, tel. 688884.

CENTRO SPERIMENTALE DI CINEMATOGRAFIA (1942)

Direttore: dott. Leonardo Fioravanti

Fini: provvedere alla organizzazione e al funzionamento di corsi biennali per la formazione artistica e professionale di persone che intendano realizzare produzioni cinematografiche e televisive, o che vogliano dedicarsi allo studio dei problemi del cinema e dei mezzi di massa in genere e ai corsi speciali per l'aggiornamento professionale e la specializzazione in cinematografia; promuovere studi, rilevazioni, ricerche sul cinema e sui mass media; condurre sperimentazioni relative allo sviluppo delle tecniche cinematografiche e televisive; aggiornare la cineteca nazionale che raccoglie film italiani e stranieri di valore artistico, culturale, sociologico; offrire consulenza tecnica a terzi.

Attività: l'attività didattica è suddivisa nelle sezioni: regia, ripresa cinematografica, scenografia, direzione di produzione, costume, registrazione, suono; l'attività di documentazione consiste nella raccolta di tutte le pubblicazioni che riguardano l'attività cinematografica; l'attività scientifica si concreta nelle ricerche.

Pubblicazioni: Filmlexicon degli autori e delle opere; Antologia di bianco e nero; Personalità della storia del cinema; Collana di bianco e nero; Contributi alla storia del cinema; Testi e documenti per la storia del film; Collana di studi critici e scientifici del CSC; Quaderni della mostra d'arte cinematografica di Venezia; Bianco e nero (periodico); Rassegna mensile di studi cinematografici.

Biblioteca: contiene 14.000 volumi circa, riguardanti i problemi del settore.

ROMA, via Tuscolana 1524, tel. 740046.

CENTRO STUDI CINEMATOGRAFICI (1962)

Associazione cristiana a carattere federativo, alla quale fanno capo circa trecento circoli, la cui attività è riconosciuta dal ministero dello spettacolo.

Segretario nazionale: Baldo Vallero

Fini: promuovere e coordinare i circoli di cultura cinematografica (cinecircoli) e tutelarne gli interessi; sviluppare l'educazione agli strumenti della comunicazione sociale dei giovani a livello scolastico e extrascolastico; provvedere alla preparazione di qualificate attività professionali nel settore audiovisivo.

Attività: effettua sperimentazioni previste dal "progetto SPESS" (sperimentazioni parallele per l'educazione allo schermo nella scuola); provvede alla diffusione e alla distribuzione di opere cinematografiche di particolare interesse; stimola il pubblico alla consultazione dello schedario CSC che documenta le iniziative del centro, le sue pubblicazioni, le sue manifestazioni; organizza cinecircoli nel territorio nazionale; dibattiti e conferenze.

Biblioteca: in allestimento; il centro documentazione è per ora costituito da materiali che riguardano l'elaborazione dei programmi per i cinecircoli.

Pubblicazioni e materiali: La valigia del settore "educazione allo schermo" (contiene sussidi per un'azione educativa al cinema e alla televisione) 1968; Il cinema e l'educazione allo schermo (disp.) 1968; Il mondo delle immagini, 1968; Educare al cinema, 1968; Comunicare con le immagini, 1968; Libro bianco del settore "educazione allo schermo", 1968 (Edizioni del CSC).

ROMA, via della Conciliazione 2/c, tel. 561775.

CNITE – CENTRO NAZIONALE ITALIANO TECNOLOGIE EDUCATIVE (1970)

Associazione senza fini di lucro che opera nel campo delle tecnologie dell'educazione.

Segretario generale: dott. Umberto Cassinis

Fini: provvedere allo studio e alla diffusione di nuove tecniche educative mediante la promozione e l'elaborazione di progetti attinenti ai procedimenti didattici con l'impiego di strumenti e materiali standardizzati.

Attività: Il CNITE, avvalendosi di un Settore ricerca e sperimentazione e di un Settore documentazione e informazione, svolge varie attività intese a sensibilizzare, preparare e aggiornare operatori e programmatori didattici, e ad elaborare e sperimentare sequenze didattiche, tecniche, materiali.

Ricerche: Progetto AL: corso modulare di recupero e consolidamento nell'area delle abilità linguistiche di base;
Progetto AM: ricerca mirante all'accertamento di metodi e strumenti di definizione delle capacità matematiche all'ingresso delle scuole superiori;
Progetto Elec: prevede la realizzazione di un corso di orientamento sui concetti fondamentali dell'economia;
Progetto Info: si propone di fornire un'informazione sistematica nel settore delle tecnologie educative;
Progetto Rete: si propone una rilevazione delle esigenze nel settore delle tecnologie educative.

Convegni: Il CNITE organizza convegni nazionali e partecipa operativamente alle più importanti manifestazioni del settore, quale ad esempio la Rassegna delle nuove tecnologie dell'apprendi-

mento di Bologna.

Pubblicazioni: Bollettino quadrimestrale Tecnologie educative: Quadri CNITE; Programmazione tecnologica e processi di comunicazione (monografia); Relazione su richiesta del ministero Pubblica Istruzione sulla dotazione di attrezzature e materiali didattici necessaria per un Centro di formazione-aggiornamento a livello regionale o interregionale.

Biblioteca: è dotata di circa 700 volumi sulle tecniche dell'apprendimento e le discipline affini e di una emeroteca comprendente un centinaio di riviste, italiane e straniere.

ROMA, via Marche 84, tel. 461618/461489.

CONSULMEDIA – ISTITUTO DI RICERCHE CONSULTAZIONI E STUDI SUI MEZZI AUDIOVISIVI (1973)

Presidente: sen. avv. Mario Dosi

Consigliere delegato: dott. Alberto Luna

Direttore di ricerca: dott. Giampaolo Bonani

Fini: sviluppare l'analisi interdisciplinare e interprofessionale del significato e dell'impatto dei media; realizzare un centro di documentazione a carattere internazionale sullo sviluppo della comunicazione sociale; realizzare progetti nel settore sperimentale della televisione e altri media.

Attività: l'istituto mette in opera un programma pluriennale di analisi e ricerche inteso a definire gli obiettivi della comunicazione audiovisiva a diversi livelli e a fornire agli operatori culturali e della comunicazione orientamenti sulle trasformazioni a breve termine; attua un servizio di documentazione sui mezzi audiovisivi; organizza convegni internazionali e tavole rotonde; svolge studi e ricerche su commissione e per proprio conto in materia di: comunicazione audiovisiva e diffusione dei modelli di comportamenti, uso della TV educativa, accesso e partecipazione ai programmi, il mondo del lavoro nelle comunicazioni audiovisive, ampliamento e diffusione di videocassette, videodischi, CATV etc., formazione, ruoli e limiti dell'operatore culturale nei sistemi di comunicazione audiovisiva.

Biblioteca: libri e riviste, settore audiovisivi.

Pubblicazioni principali: Newsletter, mensile; Quaderni Consulmedia (TV 70: ipotesi per un decennio; Pubblicità e lingua italiana; CATV: la televisione via cavo in Europa); Appunti di lavoro (Televisione via cavo e sviluppo urbano; Mass-media e partecipazione – Una bibliografia; Espansione universitaria e impiego degli audiovisivi).

ROMA, via Tomacelli 146, tel. 6791147.

CCSTE – CENTRO DI STUDIO E SPERIMENTAZIONE DELLE TECNOLOGIE DELL'EDUCAZIONE (1969)

Direttore: prof. Mario Groppo

Fini: svolgere ricerche sperimentali sulla istruzione programmata e sulla TVcc; provvedere alla realizzazione di corsi di formazione e di aggiornamento per insegnanti e applicare le nuove tecnologie educative; studiare l'impatto dell'istruzione programmata a tutti i livelli di età e nei casi di allievi ipodotati; analizzare i livelli di memorizzazione a lunga e breve scadenza; sperimentare le sequenze ramificate mediante film, su soggetti socialmente svantaggiati; studiare il rapporto tra istruzione programmata e creatività dell'individuo e gli effetti della sostituzione dell'insegnamento umano con l'insegnamento strumentale.

Attività : il Centro ha svolto tra l'altro: nel 1967-68 una ricerca sulle differenze dell'apprendimento tra due gruppi, che avevano utilizzato l'uno la sequenza programmata e l'altro la dispensa scritta; nel 1968-69 uno studio sull'uso della macchina elettronica Autotutor Mark II, di Crowder; nel 1971 una ricerca sperimentale sul Microteaching, con impianto di TVcc e videoregistratore.

Biblioteca: opere e riviste sull'istruzione programmata; testi programmati in lingua italiana e straniera e sequenze programmate; studi sull'uso della televisione e degli audiovisivi nell'insegnamento; studi sulla dinamica di gruppo in funzione psicopedagogica.

MILANO, Università Cattolica, Largo Gemelli 1.

DAMS – CORSO DI LAUREA IN DISCIPLINE DELLE ARTI DELLA MUSICA E DELLO SPETTACOLO (1970)

Coordinatore: prof. Benedetto Marzullo

Fini: integrare la formazione letteraria umanistica con una specifica preparazione nel campo delle "performing arts", dalla regìa teatrale alla tecnica dei linguaggi dei mezzi di comunicazione di massa; studiare sulla base di un criterio di interdisciplinarità il problema del rapporto tra mezzi audiovisivi e comunicazione artistica nei tre settori di arte, musica, spettacolo.

Attività: i corsi svolti trattano discipline linguistico-comunicative : regìa, armonia e contrappunto, fotografia, scenografia, fenomenologia degli stili, critica delle arti, critica della musica, tecnica del linguaggio televisivo e radiofonico, disegno industriale, ed anche estetica, sociologia, psicologia. Caratteristica dei corsi è l'autogestione degli studenti i quali si organizzano in gruppi di lavoro, realizzano seminari, dispongono in proprio degli strumenti delle tecniche audiovisive, applicano le metodologie indicate e conducono la ricerca. Tra gli altri corsi: tecnica del linguaggio televisivo, televisione e potere, di F. Colombo; introduzione alla teoria degli oggetti tecnici, di Maldonado; estetica e società tecnologica, di Barilli.

BOLOGNA, c/o università degli studi, facoltà di lettere e filosofia, Strada Maggiore 34, tel. 233534.

DEMOSKOPEA (1965)

Direttore: Giampaolo Fabris

Consigliere delegato: dott. Carlo Erminero

Fini: svolgere ricerche sulla comunicazione, sull'opinione pubblica e sui consumi; studiare le trasformazioni socioculturali che interessano il paese; affrontare problemi di natura economica, psicologica, antropologica.

Attività: indagini nel territorio nazionale, su campioni rappresentativi della popolazione o di gruppi speciali e sottogruppi; annualmente conduce un'indagine sulla struttura del pubblico di tutte le pubblicazioni periodiche; recenti le indagini sul cinema e sulla stampa quotidiana.

Pubblicazioni: Ricerche demoscopiche, bimestrale.

MILANO, viale Majno 34, tel. 221341/2/3/4.

ENTE DELLO SPETTACOLO (1944)

Fondato con lo scopo di coordinare e potenziare le attività di tre organismi preesistenti , il CCC, Centro cattolico cinematografico; il CCR, Centro cattolico radiofonico; il CCT, Centro cattolico teatrale; non ha scopi di lucro.

Presidente: Mons. Carlo Baima

Segretario Generale: Vando Baghi

Fini: si propone di essere un punto di riferimento e di coordinamento per organismi e persone che svolgono attività culturali e promozionali nel settore degli strumenti audiovisivi; di fare una valutazione dei film; di svolgere corsi per il clero e coordinare le attività dei cattolici, tenendo contatti col mondo dei comunicatori.

Attività: svolge in proprio, ma anche con la collaborazione di altri organismi (ACEC, Associazione cattolica esercenti cinema; CSC, Centro studi cinematografici; AIART, Associazione italiana ascoltatori radiotelespettatori) servizi e attività che gli siano affidati dall'Ufficio dell'autorità ecclesiastica per le comunicazioni sociali.

Convegni: dal 1965 al 1967, il convegno annuale "settimana cinematografica dei cattolici" (cinema e libertà; cinema per l'uomo; il decreto conciliare Inter mirifica nella dimensione teologica, sociologica, operativa); nel 1972 il convegno sul tema: Televisione, libertà d'antenna? ; nel 1973, convegno sul tema: una nuova legge per il cinema. Annualmente, dal 1964, organizza il Grand Prix OCIC, per conto dell'Office catholique international du cinéma.

Pubblicazioni: Rivista del cinematografo, mensile; Segnalazioni

cinematografiche, quindicinale; Guida allo spettacolo, settimanale.

Biblioteca: volumi e riviste specializzati sui mass-media; ritagli di giornali con recensioni di film; schede straniere.

ROMA, via della Conciliazione 2/c, tel. 564132/564607.

EURISKO – GRUPPO PER LA RICERCA E LE APPLICAZIONI CREATIVE IN PSICOLOGIA E MARKETING (1972)

Direttore: prof. Gabriele Calvi

Fini: svolgere ricerche psicologiche e di marketing applicate ai problemi del consumatore, dei prodotti e della pubblicità; tali ricerche sono di tipo tradizionale, di carattere qualitativo e quantitativo, e di nuovo tipo con funzione creatrice di concetti, ideazioni, messaggi.

Attività: il gruppo gestisce in proprio una rete di rilevazione qualitativa, e utilizza servizi esterni per la rilevazione quantitativa e l'elaborazione dei dati; conduce ricerche su commissione di grossi gruppi industriali.

MILANO, via Monterosa 19, tel. 4696986/431353.

FONDAZIONE UGO BORDONI (1952)

Segretario Generale: ing. Andrea Ferrari Toniolo

Fini: promuovere ricerche e studi scientifici ed applicativi nel campo postale, delle telelcomunicazioni e dell'elettronica; facilitare lo sviluppo e il progresso tecnico-scientifico nello stesso settore; la Fondazione opera in stretto contatto con l'Istituto superiore delle poste e telecomunicazioni.

Attività: svolge e sovvenziona studi e ricerche; contribuisce alla organizzazione di convegni, mostre e pubblicazioni nel settore delle telecomunicazioni; svolge attività di consulenza per problemi relativi alla radiodiffusione, alla stereofonia, alla comunicazione via satellite; collabora alla organizzazione e allo svolgimento di corsi presso l'Istituto superiore PTT, e presso l'università.

Pubblicazioni: Poste e telecomunicazioni nello sviluppo della società; Notiziario FUB; Segnalazioni bibliografiche; Attualità tecniche.

ROMA, c/o Istituto superiore delle Poste e Telecomunicazioni, viale Trastevere 189, tel. 5893528.

GRUPPO STUDI AUDIOVISIVI

Direttore: prof. Gilberto Tinacci Mannelli

Fini: studiare il ruolo dei mezzi audiovisivi nella società italiana; formulare proposte operative nel settore degli audiovisivi; analizzare le caratteristiche semiologiche e le funzioni sociologiche del messaggio televisivo e degli audiovisivi; svolgere indagini sul pubblico.

Ricerche: aspetti semiologici delle trasmissioni politiche televisive; il cinema industriale; il libro a livello di scuola media; il pubblico dei musei.

Pubblicazioni: Il telecomizio, Montefeltro, 1971; Cinema industriale e società italiana (in collaborazione con la Confindustria), Franco Angeli 1972.

FIRENZE, c/o università degli studi, facoltà di scienze politiche, via Laura 48, tel. 283965.

IIC – ISTITUTO INTERNAZIONALE DELLE COMUNICAZIONI (1962)

Segretario generale e direttore: Ettore Lanzarotto

Fini: organizzare corsi di perfezionamento e aggiornamento postuniversitari per gli studiosi delle comunicazioni sociali; organizzare convegni, raccogliere documentazione e informazioni, svolgere ricerche nel campo delle comunicazioni, dei trasporti, delle telecomunicazioni.

Attività: si articola in varie sezioni di studio: teoria della comunicazione; comunicazioni terrestri; comunicazioni spaziali; comunicazioni aeree; comunicazioni marittime; telecomunicazioni; tecniche di diffusione dell'informazione.

Convegni: Convegno internazionale delle comunicazioni, annuale; vari convegni, tavole rotonde, simposî sui temi: automazione navale, giornalismo nella società contemporanea, programmazione dei trasporti urbani, telecomunicazioni via satellite.

Pubblicazioni: Notiziario IIC, mensile (ital. e ingl.)

GENOVA, villa Piaggio, via Pertinace, tel. 294683.

INI – ISTITUTO NAZIONALE DELL'INFORMAZIONE (1969)

Direttore: dr. Alfredo Simari

Fini: promuovere e svolgere ricerche e studi sui problemi e sulle metodologie dell'informazione; promuovere una idonea politica dell'informazione e l'introduzione del progresso tecnico nel settore dell'informazione; favorire lo sviluppo dell'industria dell'informazione; collaborare allo studio e alla risoluzione dei problemi dell'informazione e della documentazione.

Attività: ricerca sulla documentazione.

Convegni: Convegno nazionale sull'informazione per lo sviluppo economico e sociale, Roma 1970; Convegno nazionale sulle biblioteche,Roma 1970; Conferenza internazionale sulla preparazione professionale per il lavoro dell'informazione, Roma 1971.

Pubblicazioni principali: La rivista dell'informazione, bimestrale; Atti della conferenza internazionale sulla preparazione professionale per il lavoro dell'informazione, 1970; DOC 72, Annuario degli enti di studio, di ricerca, di cultura e d'informazione in Italia, 1972.

Biblioteca: contiene riviste, rapporti, libri sulla documentazione, l'informatica, le biblioteche. E' in via di sistemazione il centro di documentazione.

ROMA, via Tiberio Imperatore 79, tel. 5403219.

IRTAV – ISTITUTO PER LA RICERCA SULLE TECNOLOGIE AUDIOVISIVE (1971)

Fini: studiare e conoscere i problemi connessi all'hardware effettivamente disponibile in Italia e identificare le specifiche destinazioni degli strumenti all'interno del software.

Attività: l'istituto sviluppa una serie di ricerche collegate tra loro: catalogazione ragionata dei mezzi audiovisivi; glossario dei mezzi audiovisivi; sperimantazione tecnica e funzionale di una serie di mezzi, in particolare del videotape; preparazione di un testo sull'uso del videonastro; nel quadro di quest'ultima ricerca rientra la collaborazione dell'istituto con il laboratorio di ricerche sperimentali e metodologiche sull'alfabetizzazione, collegato con l'Unesco; svolge indagini nel campo dell'alfabetizzazione, della postalfabetizzazione e della preparazione professionale degli adulti; inoltre studia la possibilità di diffondere nelle scuole medie informazioni su argomenti che potrebbero essere introdotti attraverso l'impiego dei mezzi audiovisivi.

ROMA, piazza Prati Strozzi 34, tel. 385396.

ISERP – ISTITUTO DI STUDI E RICERCHE SULLA PUBBLICITA' (1971)

Fondato unitamente da FIEG, OTIPI, RAI, UPA.

Direttore: Giorgio Visintini.

Fini: promuovere le ricerche pubblicitarie; definire obiettivi e metodi di indagini di tipo multimedia in Italia; studiare metodi descrittivi dei targets e di misurazione delle esposizioni ai principali mass media; fare un censimento dei ricercatori nelle università italiane e una rassegna di tutti i lavori svolti e dei progetti in corso su argomenti inerenti lo studio delle comunicazioni di massa, con riguardo alla linguistica, alla sociologia, alla psicologia.

Convegni: convegni sui temi: Advertising for results, Firenze, marzo 1973 (orientamenti della pubblicità, effetti, misurazione di tali effetti; il ruolo della stampa e della tv); I sistemi informativi di marketing, Venezia marzo 1973 (componenti dei sistemi informativi di marketing; fonti interne ed esterne, loro ruolo all'interno dei sistemi; princìpi per la regolamentazione dei sistemi di informazione).

Biblioteca: raccoglie tutte le ricerche sulla audience dei mass media condotte in Italia, e le principali condotte in altri dieci paesi europei.

Pubblicazioni: Notizie ISERP, trimestrale; Speciale ISERP (Suppl. al n. 15, Media Forum, 1973).

MILANO, via Larga 15, tel. 802118.

ISIP – ISTITUTO SCUOLA ITALIANA PUBBLICITA' (1951)

Direttore: Adriana Battaglia Ferrari.

Fini: istruzione professionale nel campo della pubblicità e del marketing; preparazione per il conseguimento di diplomi di tecnica pubblicitaria, nelle specializzazioni di operatività e di creatività.

Attività: indagini di mercato; sondaggi tra i consumatori: ricerche sulle motivazioni nella scelta della facoltà universitaria: corsi di pubblicistica; incontri-dibattiti tra insegnanti, allievi della scuola e personalità del mondo economico e della pubblicità e del marketing; corsi di specializzazione in lingua inglese; visite organizzate a scopo didattico; esercitazioni.

Pubblicazioni principali: Indagine e parola nel modello del messaggio pubblicitario (ed. Miotto), Giuffré; Atti del corso di informazione sulla pubblicistica (12 fascicoli).

Biblioteca: costituita da 1500 volumi specializzati, dizionari, annuari, periodici.

MILANO, corso Vercelli 22, tel. 463542.

ISOP – ISTITUTO SUPERIORE DI SCIENZE E TECNICHE DELLA OPINIONE PUBBLICA (1945)

Promosso dall'associazione internazionale Pro Deo l'Istituto è a carattere privato e non ha fini di lucro.

Direttore: prof. Vitaliano Rovigatti.

Fini: svolgere corsi di specializzazione post-universitaria aperti a studenti italiani e stranieri; organizzare incontri, seminari ed effettuare esercitazioni; promuovere e condurre indagini, ricerche, con speciale considerazione dei mass media; curare la documentazione nel campo di specifica competenza.

Caratteristiche dei corsi: svolti in un biennio, possono essere seguiti da un terzo anno facoltativo di studio, per esercitazioni pratiche; gli indirizzi previsti sono *giornalismo* e *comunicazione audiovisiva*; il loro contenuto è sostanzialmente culturale e non si propone finalità tecniche; titolo per l'iscrizione è la laurea. Il diploma non ha riconoscimento ufficiale.

Biblioteca: gli allievi dell'ISOP dispongono della biblioteca centrale e di quelle degli altri istituti dell'università internazionale degli studi sociali.

Pubblicazioni: dispense delle lezioni, e annali dell'istituto.

Borse di studio: annualmente l'istituto dispone di un piano di agevolazioni a favore di studenti stranieri.

ROMA, via Pola 12, tel. 855241.

ISPSIV – ISTITUTO AGOSTINO GEMELLI PER LO STUDIO SPERIMENTALE DI PROBLEMI SOCIALI DELL'INFORMAZIONE VISIVA (1960)

Direttore di ricerca: prof. Dario Varin

Direttore scientifico: prof. Assunto Quadrio

Comitato scientifico: Aldo Agazzi, Francesco Alberoni, Leonardo Ancona, Gianfranco Bettetini, Marcello Cesa Bianchi, Luigi Chiarini, René König, Raffaele Laporta, Virgilio Melchiorre, Cesare L. Musatti, Tullio Seppilli, Renato Sigurtà, Renato Treves.

Fini: condurre ricerche pertinenti ai problemi dell'informazione visiva nei seguenti campi: psicologia sociale e pedagogica, psicologia sperimentale, psicofisiologia, sociologia, metodologia, semiologia.

Attività: l'istituto effettua sperimentazioni di diverso genere, nel settore della comprensione e della recettività del pubblico; in particolare sono studiati gli atteggiamenti e la comprensione dei fanciulli di fronte ad uno spettacolo cinematografico o televisivo; la reazione di adulti esposti ad un racconto filmico manipolato, contenente incongruenze e inesattezze; quindi il grado di credibilità dello spettacolo, il livello di memorizzazione, e di identificazione; è osservato il rapporto tra la comunicazione umana, verbale, e la comunicazione strumentale, in particolare audiovisiva, e viene studiato l'indice di transfert nell'uno e nell'altro caso; si svolgono studi sulla diversità di effetti tra un film didattico ed un film narrativo, quindi le modificazioni dell'atteggiamento del pubblico; l'istituto infine svolge ricerche sull'istruzione programmata.

Pubblicazioni: IKON, trimestrale (Revue internationale de filmologie); Comunicazione e integrazione (M. Livolsi); Cultura di massa e comportamento collettivo (F. Rositi); Filmologia e società (M.A. Croce); L'immaginazione simbolica (V. Melchiorre).

MILANO, corso Monforte 33, tel. 780023.

ISTITUTO SUPERIORE DELLE POSTE E DELLE TELECOMUNICAZIONI (1907)

Direttore: ing. Augusto Bigi

Fini: svolgere ricerche, studi e sperimentazioni nel campo delle telecomunicazioni; effettuare l'aggiornamento professionale del personale PT e telefonico; sovraintendere alla Scuola superiore di specializzazione in telecomunicazione.

Attività: corsi di istruzione e perfezionamento del personale; ricerca applicata, per lo sviluppo dei servizi di telecomunicazione e postali; aggiornamento tecnico dei quadri dirigenti; studi specializzati sul laser e l'optoelettronica; sui circuiti integrati, sui calcolatori, sulle trasmissioni televisive in bianco e nero, e a colori, sulle comunicazioni spaziali.

Pubblicazioni: Note, recensioni e notizie, bimestrale.

ROMA, viale Trastevere 189, tel. 506049.

LABORATORIO DI STUDI SULLA RICERCA E SULLA DOCUMENTAZIONE (1968)

Direttore: prof. Paolo Bisogno

Fini: condurre studi sulla ricerca e sulle responsabilità pubbliche, cioè sulle correlazioni tra ricerca e economia, progresso tecnologico e ricerca, progresso sociale e ricerca; studiare i problemi relativi allo sviluppo della ricerca scientifica e tecnologica in Italia e la metodologia della documentazione e dell'informazione scientifico-tecnica.

Attività: indagini e documentazioni su tre temi: progetto di un sistema europeo d'informazione; metodologia e tecnica dell'"information retrieval" sulla base dell'esperienza statunitense; programma di sviluppo dei servizi di documentazione e informazione delle stazioni sperimentali per l'industria; altre ricerche riguardano l'assorbimento della ricerca scientifica nei settori produttivi; domanda e offerta di laureati; istruzione programmata.

Pubblicazioni: opere di P. Bisogno: Note per uno studio europeo per un sistema europeo d'informazione; Metodologia e tecnica dell'information retrieval; Programma di sviluppo dei servizi di documentazione e informazione delle stazioni sperimentali per l'industria.

ROMA, piazzale delle Scienze 7, tel. 4993.

LABORATORIO PER LE TECNOLOGIE DIDATTICHE DEL CNR (1970)

Direttore: prof. Rinaldo Sanna

Consiglio scientifico: F. Bertora, C. Bussolati, A.L. Frisiani, E. Marchi, D. Pescetti, F. Schino.

Fini: svolgere ricerche sull'applicazione dell'istruzione assistita dall'elaboratore, nel settore degli studi superiori; sull'oggettivazione della verifica dell'apprendimento; sul procedimento di classificazione e categorizzazione; sull'automazione della progettazione.

Attività: il laboratorio provvede allo sviluppo di hardware e software per l'istruzione programmata e l'istruzione assistita dal calcolatore; provvede a diffondere l'impiego delle tecniche di progettazione assistite dal calcolatore in corsi universitari; svolge servizi di consulenza in materia di impiego di moderne tecnologie educative, con particolare riguardo alla realizzazione di corsi universitari, scientifici e tecnici, con l'uso del calcolatore.

Ricerche: corsi assistiti dal calcolatore; sviluppo dei mezzi audiovisivi nel settore dell'educazione.

Pubblicazioni: serie di pubblicazioni a circolazione interna.

Biblioteca: costituita da 300 volumi che trattano di istruzione assistita dalcalcolatore, tecnologie e metodologie didattiche.

GENOVA, via Puggia 49, tel. 308883.

OPPI – ORGANIZZAZIONE PER LA PREPARAZIONE PROFESSIONALE DEGLI INSEGNANTI (1965)

Direttore: Mario Reguzzoni S.J.

Fini: aggiornare insegnanti e studenti sui mezzi audiovisivi; svolgere ricerche nel settore dell'educazione; studiare i problemi dell'aggiornamento e l'utilizzazione di tecnologie multimediali.

Attività: svolge corsi e seminari sui temi: linguaggio delle immagini; metodologia didattica e audiovisiva; circuito chiuso; sequenze programmate; calcolatori e insegnamento; sociologia dell'educazione. Utilizza per questi corsi un laboratorio linguistico, un sistema di TVcc, un terminal, analizzatori di risposta, teaching machines.

MILANO, via Orseolo 1, tel. 8350905.

RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA, SERVIZIO DOCUMENTAZIONE E STUDI, SEGRETERIA CENTRALE (1958)

Capo del Servizio: dott. Vincenzo Marchianò

Organizzazione: direttore centrale dott. G. Pozzilli; condirettore centrale dott. P. Castelli; vice direttore centrale A. Zanacchi; vice capo servizio dott. C. Gagliardi; ricercatori, dott. F. Airaghi, dott. A. Marcucci.

Fini: effettuare ricerche e studi, e raccogliere una documentazione sistematica su materie che direttamente o indirettamente interessino l'esercizio delle radiodiffusioni e degli altri mezzi della comunicazione di massa.

Ricerche ed attività scientifiche: il servizio svolge ricerche e studi sui mezzi di massa sotto il profilo sociologico, economico e statistico; sono oggetto di analisi i temi: organizzazione delle radiodiffusioni nel mondo (monopolio, libertà d'antenna, diritto di rettifica, tv a colori, tv regionale); nuove tecnologie comunicative (CATV, videocassette, satelliti, informatica); audiovisivi e educazione; tv e istruzione superiore; tv e società (tempo libero, tv e contadini, tv nel mezzogiorno, tv e consumi, tv e sviluppo culturale); rapporti con altri mezzi di massa (problemi dell'industria culturale, tv e stampa); pubblicità.

Pubblicazioni: Annuario RAI; Relazione e bilancio RAI; Questa è la RAI; altre p. ERI: Dieci anni di televisione in Italia; Pubblicità e televisione; Università e televisione; L'insegnamento universitario televisivo nel mondo (atti del convegno internazionale di Perugia,

nov. 1972); Informazione radio tv (tra i numeri speciali: L'immagine, 1, 1971; Televisione e istruzione, 10, 1972) mensile (momentaneamente sospesa).

Biblioteca: la biblioteca centrale della RAI, che dipende dalla segreteria centrale, è costituita da 30.000 volumi e da 200 riviste di varia cultura; la biblioteca del servizio dispone di 6000 volumi e di 170 riviste specializzate in sociologia dei mezzi di massa, pubblicità, radio e televisione, tempo libero, educazione, ricerche di mercato, etc.

ROMA, viale Mazzini 14, tel. 38784623-4625.

RAI RADIOTELEVISIONE ITALIANA SERVIZIO OPINIONI (1955)

Direttore: dott. Pompeo Abruzzini

Organizzazione del servizio: ufficio rilevazioni statistiche, gruppo d'ascolto, sezione indagini speciali, organizzazione e amministrazione; il servizio si avvale della consulenza periodica di un Comitato scientifico.

Fini: raccolta e diffusione di dati sulle caratteristiche del pubblico radiotelevisivo reale e potenziale; sull'ascolto dei programmi; sul gradimento riservato alle trasmissioni; sugli interessi e le valutazioni del pubblico in merito alle diffusioni; sugli effetti della comunicazione radiotelevisiva.

Ricerche e attività scientifica: indagini speciali a cadenza semestrale; indagini di carattere psicosociologico, anche in collaborazione con istituti universitari e centri di ricerca specializzati: ricerche bibliografiche.

Tavole rotonde e attività varie: nel 1970 ha indetto due tavole rotonde interdisciplinari sulla ricerca empirica sugli effetti della comunicazione radiotelevisiva e sul tema: televisione e ragazzi; partecipa spesso a seminari, convegni, congressi; tiene un attivo scambio di informazioni con i corrispondenti servizi degli organi di radiotelediffusione stranieri; offre assistenza a studiosi e studenti che si occupano di problemi inerenti le comunicazioni radiotelevisive.

Biblioteca: è costituita da testi a carattere tecnico, dalla raccolta del Radiocorriere e da alcune pubblicazioni interne; non è aperta al pubblico.

Pubblicazioni: tra le "indagini speciali": l'acquisto del televisore, 1969; le conoscenze del pubblico in campo economico, 1969; due diverse edizioni di un servizio culturale, 1969; ascolto, possesso di radio e televisione, interesse per i programmi, 1970; la comprensione di due telefilm sperimentali,1970; il linguaggio della tv dei ragazzi, 1970; la risonanza della tv in ragazzi di età scolare, 1970; Tv e dinamica del gruppo familiare, 1970; tra i Quaderni: caratteristiche del pubblico della radio; l'accoglienza del pubblico per i programmi televisivi del 1967; l'analisi del contenuto come interpretazione; indagine statistica sui non possessori di televisore; la violenza nei mezzi di comunicazione di massa; la cultura e i gusti musicali degli italiani; ricerche sulla tv dei ragazzi.

RAI, Radiotelevisione italiana, viale Mazzini 14, tel. 38781.

REGIONE EMILIA-ROMAGNA UFFICIO PER L'INFORMAZIONE (1973)

Presidente: Guido Fanti, presidente della Regione.

Consulenti: Roberto Faenza, Giuseppe Richeri.

Fini: elaborare proposte relative all'impiego dei mezzi di comunicazione di massa e definire un'attività organica e sistematica di informazione nell'ambito della regione: effettuare il decentramento regionale dei mezzi di comunicazione; creare una rete regionale per la produzione e la distribuzione di programmi e servizi televisivi; realizzare dimostrazioni esemplificative in grado di stimolare l'uso dei mezzi di massa e della televisione decentralizzata presso i comuni, i quartieri, le scuole, le fabbriche e le varie organizzazioni; addestrare e formare quadri per l'uso dei nuovi mezzi di comunicazione nella prospettiva di gestione di impianti radiotelevisivi, in particolare della tv via cavo.

Attività: ha effettuato nel 1973 un ciclo di seminari di argomento politico-culturale e dimostrazioni in materia di: informazione audiovisiva, riforma della RAI-TV, produzione televisiva di massa, partecipazione del pubblico, modello d'uso del videoregistratore nella scuola; e sperimentazioni di addestramento, principalmente tendenti a fornire esperienze pratiche riguardo all'uso di videotape, fotografia, audioregistrazione.

BOLOGNA, Presidenza della regione Emilia-Romagna, ufficio per l'informazione, viale Silvani 6, tel. 551511.

SCUOLA DI TECNICHE SOCIALI DELL'INFORMAZIONE (1948)

Direttore: prof. Francesco Fattorello

Fini: preparare i giovani alla tecnica dell'informazione.

Attività: la scuola svolge corsi di due generi, il primo scientifico, propedeutico; il secondo di tecnica dell'informazione; questi corsi sono destinati a giovani che vogliano esercitare la professione di giornalisti e pubblicitari, che intendano acquisire nuove cognizioni in materia di tecnica dell'informazione, che vogliano perfezionare i loro metodi di lavoro presso uffici di propaganda, di documentazione, di stampa; trattano di settori quali la sociologia, l'opinione pubblica, i sondaggi dell'opinione pubblica, gli strumenti della pubblicità, la metodologia dell'organizzazione, le arti grafiche e di cartellone, la pubblicità commerciale, la documentazione, la propaganda turistica, le relazioni sociali. Agli allievi che frequentano i corsi è rilasciato il titolo di "esperto di tecniche dell'informazione".

Borse di studio: agli allievi sono assegnate borse di studio da vari enti, tra i quali l'istituto italiano di pubblicità, l'unione italiana delle camere di commercio, la Olivetti, la Confindustria, etc. La scuola assegna anche alcuni premi.

ROMA, università degli studi, facoltà di scienze statistiche, piazzale delle Scienze 2, tel. 4689/501.

SCUOLA SUPERIORE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI (1961)

E' stata istituita e opera nell'ambito della facoltà di lettere e filosofia, all'Università Cattolica di Milano.

Direttore: prof. Virgilio Melchiorre

Fini: fondare, organizzare e definire la scienza della comunicazione sociale; condurre studi di carattere sociologico e psicosociologico; offrire un servizio culturale il più ampio possibile, attraverso iniziative di studio e di divulgazione, a tutte le persone che si occupino dei problemi della comunicazione sociale; preparare a posti di responsabilità direttiva mediante una completa formazione nel settore prescelto.

Attività: la scuola svolge corsi biennali che conducono al conseguimento di diplomi di specializzazione in critica e tecnica del cinema, della radio e della televisione, del teatro, di giornalismo, pubblicità. I corsi sono svolti sulla base di un criterio di interdisciplinarità; in collaborazione col servizio opinioni della RAI, la scuola svolge un'ampia ricerca sui rapporti tra televisione e sviluppo della creatività nei bambini, studiando gli aspetti didascalici e quelli problematizzanti del messaggio televisivo; elabora inoltre un programma inteso ad incentivare l'allestimento di trasmissioni televisive atte a sviluppare la creatività dei ragazzi.

Pubblicazioni: varie, a cura dei collaboratori della scuola, in materia di regìa televisiva, cinema, lingua e scrittura, dottrina e tecnica del teatro; periodico: Annuali della scuola superiore delle comunicazioni sociali, semestrale.

Borse di studio: sono concesse ai migliori tra gli iscritti, unitamen-

te ad agevolazioni di vario tipo.

MILANO, Università Cattolica, facoltà di lettere e filosofia, via S. Agnese 2, te. 863691/89.

ABBREVIAZIONI E SIGLE UTILIZZATE NELLE SCHEDE

AGI	Archivio glottologico italiano
AISM	Associazione italiana studi di mercato
ASO	Appunti Servizio Opinioni – Rai
ASSCS	Annali della scuola superiore delle comunicazioni sociali
AV	Audiovisivi
BN	Bianco e nero
BPA	Bollettino di psicologia applicata
CESDI	Centro studi e documentazione sull'informazione
CDS	in corso di stampa
CISCM	Centro italiano di studi sulle comunicazioni di massa
CNITE	Centro nazionale italiano per le tecnologie educative
CSCS	Centro dello spettacolo e della comunicazione sociale
disp.	dispense
ed.	curatore
EDAV	Educazione audiovisiva
GSAV	Gruppo Studi Audiovisivi
IRTV	Informazione radio tv
ISOP	Istituto superiore di scienze e tecniche dell'opinione pubblica
ISPSIV	Istituto sperimentale dei problemi sociali dell'informazione visiva

MF	Media forum
M & P	Rivista di direzione commerciale M&P
NA	Nuovi argomenti
NC	Nuova cultura
NQP	Nuove questioni di psicologia
NR	Notizie Rai
NS	Nord e Sud
PA	Psicologia applicata
PP	I problemi della pedagogia
PS	Promozione sociale
QPS	Quaderni di psicologia sociale
QSE	Quaderni di sociologia dell'educazione
QSS	Quaderni di scienze sociali
RS	Rivista di sociologia
SB	Scuola di base
SC	Scuola e città
SM	Studi di mercato
SO	Servizio opinioni – Rai
SSCS	Scuola superiore delle comunicazioni sociali
SSTP	Scuola superiore di tecnica pubblicitaria
STV	Scuola-tv
TM	Tempi moderni

Finito di stampare nel mese di Gennaio 1975 dal Centro Grafico della Fondazione G. Agnelli - Torino per conto della Editoriale Valentino srl - Torino.
Stampato in Italia - Printed in Italy.

Lire 3000 (2830)

CHI E DOVE NELLA COMUNICAZIONE

Introdotto da un saggio di Gastone Favero, direttore della Fondazione Giovanni Agnelli, questo Repertorio, realizzato dall'Istituto Consulmedia di Roma, offre il quadro più aggiornato sulla ricerca massmediologica in Italia.

CL 32-2001-X