

Filosofia del linguaggio e semiotica

Introduzione

Docente:
Paolo Labinaz

Parte I – Lezione I
A.A. 2026/2027

Chi siamo?

- [LE07] LETTERE
- [LE04] LINGUE E LETTERATURE STRANIERE
- [LE01] DISCIPLINE STORICHE E FILOSOFICHE
- …

Che cosa?

- Parte 1 «Orientamenti della semiotica e suoi concetti principali»
- Parte 2: «Orientamenti della pragmatica linguistica e suoi principali concetti»
- *Parte 3a: «Elementi di semiotica generativa»*
- *Parte 3b: «Introduzione alla filosofia analitica del linguaggio»*

Quando?

- Parte 1 (30 settembre-16 ottobre)
  - Mercoledì, 11-13, Aula B (Androna Baciocchi)
  - Giovedì, 15-16, Aula B (Androna Baciocchi)
  - Venerdì, 10-12, Aula B (Androna Baciocchi)

- Parte 2 (21 ottobre-13 novembre)
  - Mercoledì 11-13, Aula B (Androna Baciocchi)
  - Giovedì, 15-16, Aula B (Androna Baciocchi)
  - Venerdì, 10-12, Aula B (Androna Baciocchi)

Quando?

- Parte 3A (18 novembre-4 dicembre): «Elementi di semiotica generativa»
  - Mercoledì 11-13, Aula B (Androna Baciocchi)
  - Giovedì, 15-16, Aula B (Androna Baciocchi)
  - Venerdì, 10-12, Aula B (Androna Baciocchi)

- Parte 3B (16 novembre-4 dicembre): «Introduzione alla filosofia analitica del linguaggio»
  - Da definire

Chi fa cosa?

- [LE07] LETTERE
- [LE04] LINGUE E LETTERATURE STRANIERE
  - Parti 1 – 2 – 3a

- [LE01] DISCIPLINE STORICHE E FILOSOFICHE
  - Curriculum «Filosofia»: Parti 1 – 2 – 3b
  - Curriculum «Storia»: Parti 1 – 2

Materiali e registrazioni…

- Moodle:
  - Parti 1 – 2 – 3a: https://moodle2.units.it/course/view.php?id=16843
  - Parte 1 – 2 – 3b: https://moodle2.units.it/course/view.php?id=16844

- Codici di accesso dei Team:
  - Parti 1 – 2 – 3a: **f3zstk0** (CD2026 LE08A 310LE FILOSOFIA DEL LINGUAGGIO E SEMIOTICA)



  - Parte 3B: **cyet2mr** (CD2026 LE01A 068LE FILOSOFIA DEL LINGUAGGIO E SEMIOTICA)



Obiettivi del corso

- offrire un inquadramento generale delle principali **tradizioni di pensiero** nell'ambito filosofico-linguistico e semiotico del Novecento (1-2-3B)
- chiarire i concetti di **testo** e **comunicazione** a partire dagli approcci semiotici e di pragmatica del linguaggio che si sono occupati di queste nozioni (1-2-3A)
- presentare i principali **strumenti e metodi di analisi** del testo derivanti dalla semiotica del testo e dalla pragmatica del linguaggio (2-3A)
- introdurre allo **stile e metodo** della tradizione analitica in filosofia (3B)

Struttura del corso

- Parte 1(15 ore)
  a. Introduzione alla semiotica
  b. Tipologie di segni e funzioni del linguaggio
  c. Peirce e la triade segnica
  d. Saussure e la diade segnica
  e. Hjelmslev e i piani dell'espressione e del contenuto

- Parte 2 (15 ore)
  a. La teoria degli atti linguistici
  b. La nozione di implicatura
  c. La nozione di presupposizione
  d. L'analisi del discorso

Struttura del corso

- Parte 3A (15 ore):
  a. Il percorso generativo
  b. Il quadrato semiotico
  c. Narratività
  d. Discorsività
  e. Analisi generativa di un testo

- Parte 3B (15 ore):
  a. Il paradigma verofunzionale
  b. Frege: senso e riferimento
  c. Russell: descrizioni definite
  d. Il «primo» Wittgenstein (*Tractatus*)
  e. Il «secondo» Wittgenstein (*Ricerche Filosofiche*)

Metodi didattici

- lezioni frontali col sussidio di dispositivi multimediali (*slides*)
- momenti di confronto e discussione
- esempi di analisi

Testi di riferimento

PARTE 1:

- Campisi E., Bondì A., *Lezioni di semiotica*, UTET, Milano 2023, Capitoli 1-5

PARTE 2:

- Austin, J.L., *Come fare cose con le parole*, nuova edizione, Genova: Marietti, 2025 (lezioni 1 e 12)
- Caponetto L., "Atti linguistici", in E. Paganini (a cura di), *Il primo libro di filosofia del linguaggio e della mente*, Einaudi, Torino, pp. 97-108
- Caponetto L., "Implicature", in E. Paganini (a cura di), *Il primo libro di filosofia del linguaggio e della mente*, Einaudi, Torino, pp. 109-119
- Sbisà M., *Detto non detto. Le forme della comunicazione implicita*, Laterza, Roma-Bari 2007, Capp. 2, 3 e 4

Testi di riferimento

PARTE 3A:

- Pozzato M.P., *Capire la semiotica*, Carocci Editore, Roma 2013
- Campisi E., Bondì A., *Lezioni di semiotica*, UTET, Milano 2023, Capitolo 7 "Narrazione"

PARTE 3B:

- D. Marconi, *La filosofia del linguaggio. Da Frege ai giorni nostri*, UTET, Torino, 1999, pp. 15-77, 86-97

Verifica dell'apprendimento

Esame orale

- testi in esame
- appunti del corso (con *slide*)
- videoregistrazioni (vincolanti per i non frequentanti)
- *opzionale (solo parte 3A)*: analisi semiotica di un testo

- *Durante il corso verranno presentate e condivise le slide con l'elenco delle possibili domande e degli esercizi applicativi che il docente potrà chiedere all'esame*
- *La mancata preparazione sugli esercizi o sulle domande incluse nella lista avrà un impatto significativo sul voto finale*
- *Per qualsiasi dubbio sulle modalità d'esame o sui contenuti da studiare, si invita a contattare direttamente il docente prima dell'esame (evitando di fare riferimento a comunicazioni tramite gruppi WhatsApp o simili)*

Contatti

- *ricevimenti:* su appuntamento (sia in presenza che in remoto)
- *indirizzo e-mail:* plabinaz@units.it

Sommario

I. Semio…cosa?

II. Un mondo di segni…

III. «Crediamo di intenderci; non ci intendiamo mai!»

I. SEMIO…COSA?

Una definizione generale…

- La semiotica è la disciplina che studia i processi di significazione: i modi in cui diamo senso al mondo (ovvero attribuiamo significato)

Fatiche semiotiche…

- La semiotica è «difficile» perché:
  - Si occupa di oggetti molto diversi (linguaggi, media, arte, cultura…)
  - Ha molte teorie e definizioni variabili
  - È teorica, ma legata a oggetti concreti
  - Usa un metalinguaggio che spesso coincide con il linguaggio comune
- Obiettivo: sviluppare uno sguardo semiotico che diventa parte del nostro modo di interpretare la realtà

Alle origini: *semeiotiké*

- Il termine semiotica deriva dal greco *semeiotiké*, «osservare i segni»
  - Deriva da *sēmeîon* («segno») e *sēma* («segnale, indizio»)
- Origine medica: Ippocrate e Galeno → la semeiotica studia i sintomi come segni del corpo
  - Sintomi = indizi che rimandano a qualcosa di non visibile direttamente (es. febbre, sudorazione)
- Dalla medicina alla religione:
  - Divinazione (voli degli uccelli, fegati animali)
    - «delle cose invisibili e delle cose mortali gli Dei hanno immediata certezza, ma agli uomini tocca procedere per indizi» (Alcmeone)
    - «Il signore, il cui oracolo è a Delfi, non dice né nasconde, ma indica» (Eraclito)
  - Sacramenti = «segni efficaci» dell'azione divina
- Idea di fondo:
  - capacità di leggere il mondo come un testo da interpretare attraverso fenomeni presenti che ci parlano di qualcosa di assente

La semiotica contemporanea

- La semiotica diviene una disciplina autonoma a partire dal *XX secolo*

- 2 filoni di pensiero…

La semiotica contemporanea



Il primo filone, di MATRICE FILOSOFICA, si riconosce nel lavoro del filosofo statunitense Charles S. Peirce (1839-1914)

- ***SEMIOTICA INTERPRETATIVA***

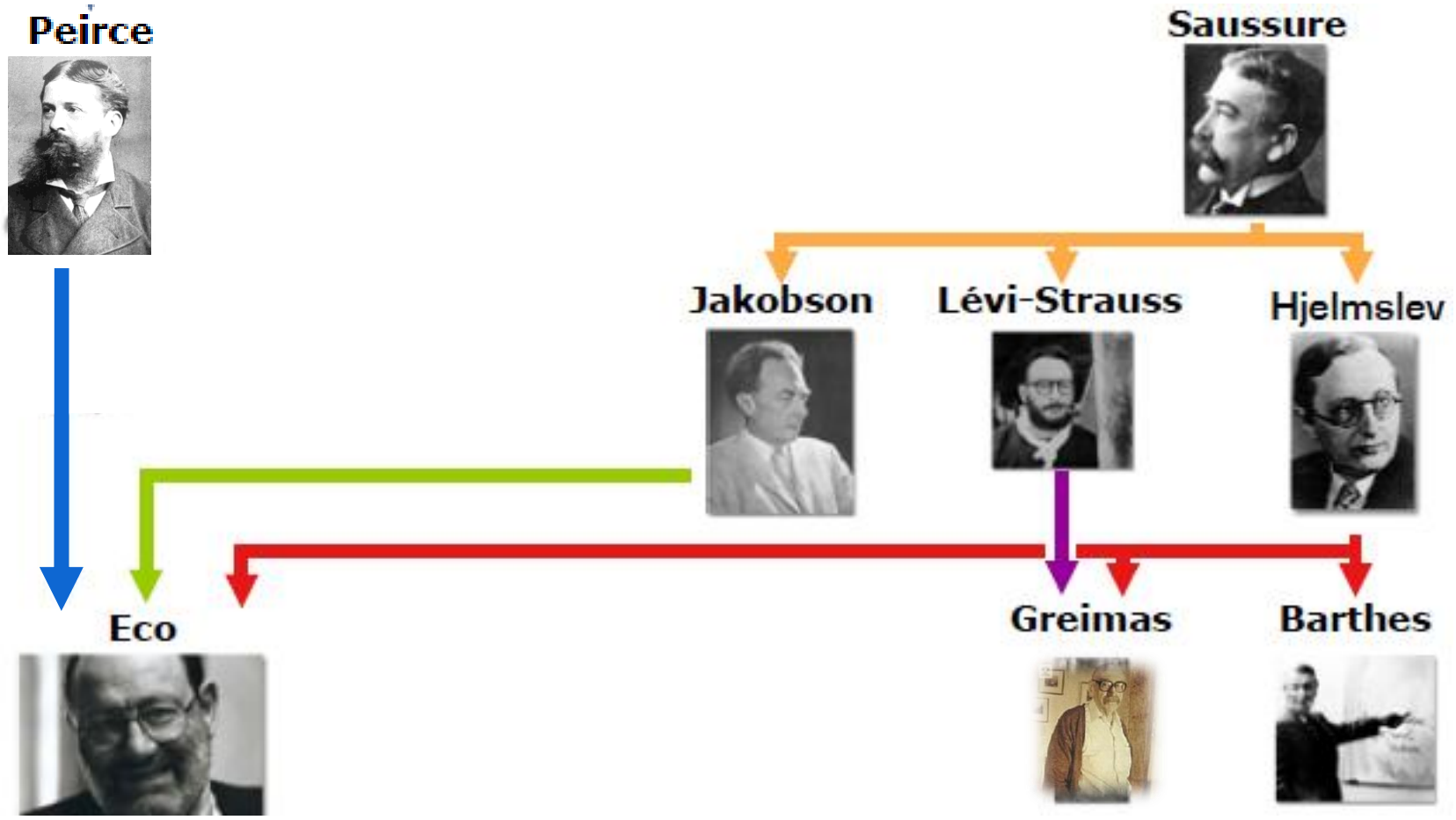
La semiotica contemporanea



Il secondo filone, di MATRICE LINGUISTICA, si riconosce nel lavoro del linguista svizzero Ferdinand de Saussure (1857-1913)

- ***SEMIOTICA STRUTTURALISTA***

La semiotica contemporanea



SEMIOTICA
(*SEMIOTICS*)

VS.

SEMIOLOGIA
(*SEMIOLOGIE*)

Semiotica vs. semiologia

- Il termine *SEMIOTICA* proviene dalla tradizione filosofica > ***SEMIOTICS***
- Il termine *SEMIOLOGIA* proviene dalla tradizione linguistica francese > ***SEMIOLOGIE***
- Nel 1969, durante il primo congresso dell'*International Association for Semiotic Studies* (IASS), Roman Jakobson propose di chiamare definitivamente *SEMIOTICA* la disciplina.

Quante semiotiche ci sono?

- La ***SEMIOTICA GENERALE*** ha lo scopo di elaborare categorie generali e unificanti attraverso le quali spiegare il funzionamento dei diversi sistemi di segni
- Le ***SEMIOTICHE SPECIFICHE*** hanno l'obiettivo di individuare le regole che governano ciascun sistema di segni e ne determinano la sua peculiarità (ad es. il linguaggio dei sordomuti, la lingua italiana, la segnaletica stradale…)

Quante semiotiche ci sono?

- Sono ***SEMIOTICHE APPLICATE***:
  - la semiotica del cinema, della musica, dell'arte, della pubblicità…
  - del teatro, dei nuovi media, della televisione…
  - o ancora la semiotica dell'architettura, del disegno industriale

II. Un mondo di segni…

Che cos'è un segno?

- «porto nel cuore il *segno* di quella ferita;
  scambiatevi un *segno* di pace;
  il colpo è *andato a segno*;
  segni particolari: nessuno;
  c'è il *segno* della frenata sull'asfalto;
  la gelosia non è segno d'amore ecc.»
  - «segno della frenata» → indizio
  - «segno della ferita» → cicatrice
  - «segno di pace» → gesto intenzionale
  - «andare a segno» → obiettivo
  - «segni particolari» → forma di identificazione
  - «segno d'amore» → convenzione culturale

Che cos'è un segno?

- Qual è il primo segno che vi viene in mente, che avete notato venendo a lezione?



Che cos'è un segno?

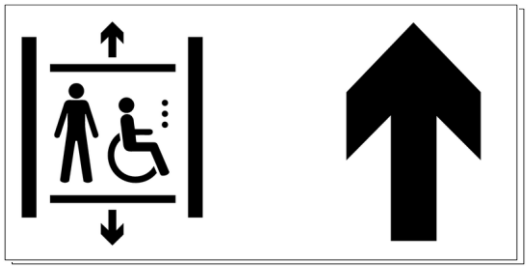
- Tante, troppe definizioni:
  - «Aliquid stat pro aliquo»: qualcosa sta per qualcos'altro
    - Qualcosa che rinvia a qualcos'altro per qualcuno sotto qualche rispetto
    - Il segno è ciò che media la relazione tra un emittente e un interprete
    - Qualcosa che collega entità presenti, o percepibili, a entità assenti, o non percepibili
    - Qualcosa è un segno solo se qualcuno lo interpreta come tale
    - Un segno è tale se mette in relazione reciproca qualcosa di percettivo a qualcos'altro di cognitivo

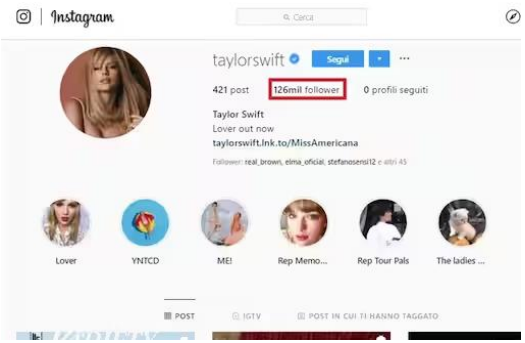
Un mondo di segni…



















Un mondo di segni…

- Due grandi famiglie di segni:
- «naturali»: (i) sono privi di emittente consapevole; (ii) il rinvio è fissato a valle da un interprete che decide di considerare un certo fenomeno come segno di qualcosa
- «intenzionali»: (i) sono prodotti/emessi con l'intenzione di comunicare, cioè con lo scopo di rendere manifesta l'intenzione di informare qualcuno di qualche cosa; (ii) il rinvio è fissato a monte da un esecutore attraverso la realizzazione di una strategia comunicativa

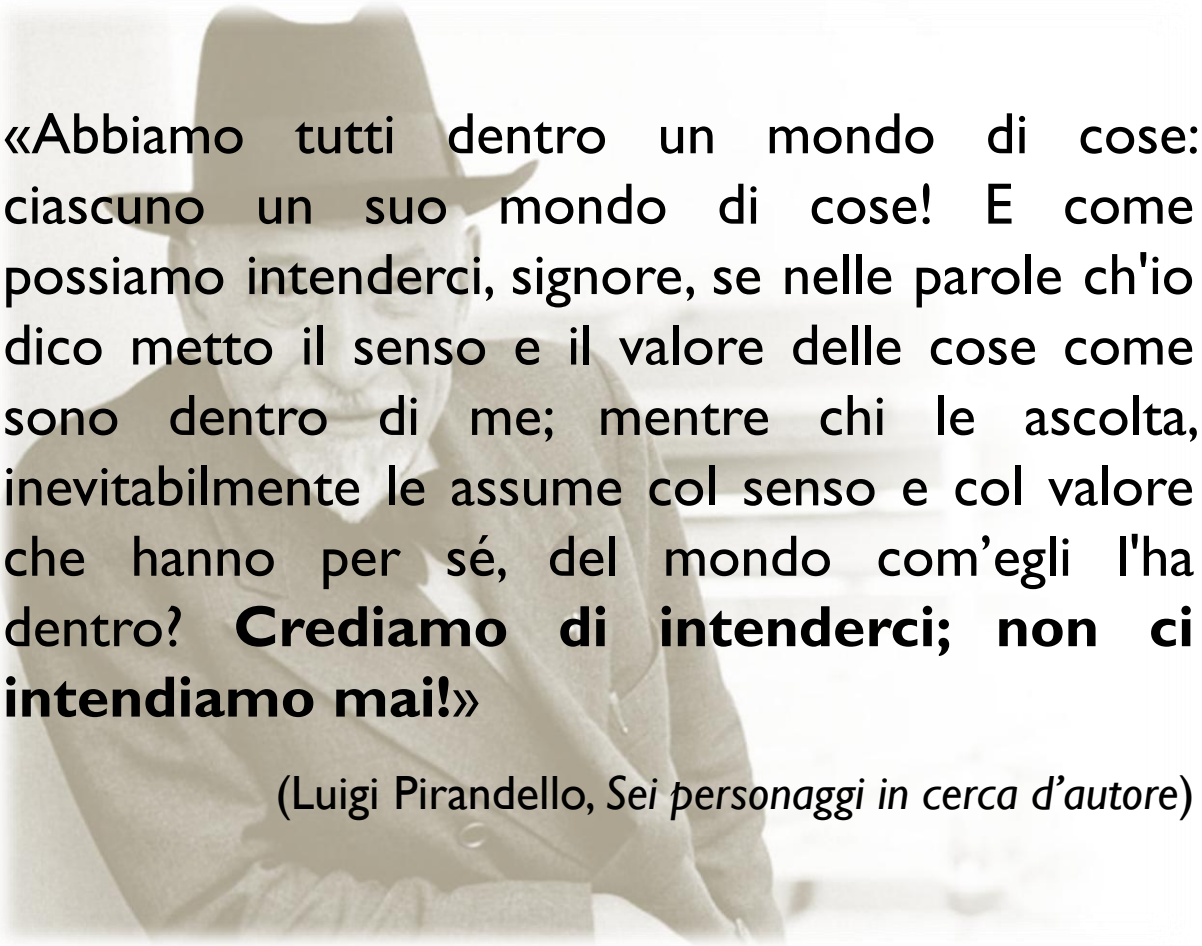
Stesso oggetto, diversi segni?





III. «Crediamo di intenderci; non ci intendiamo mai!»

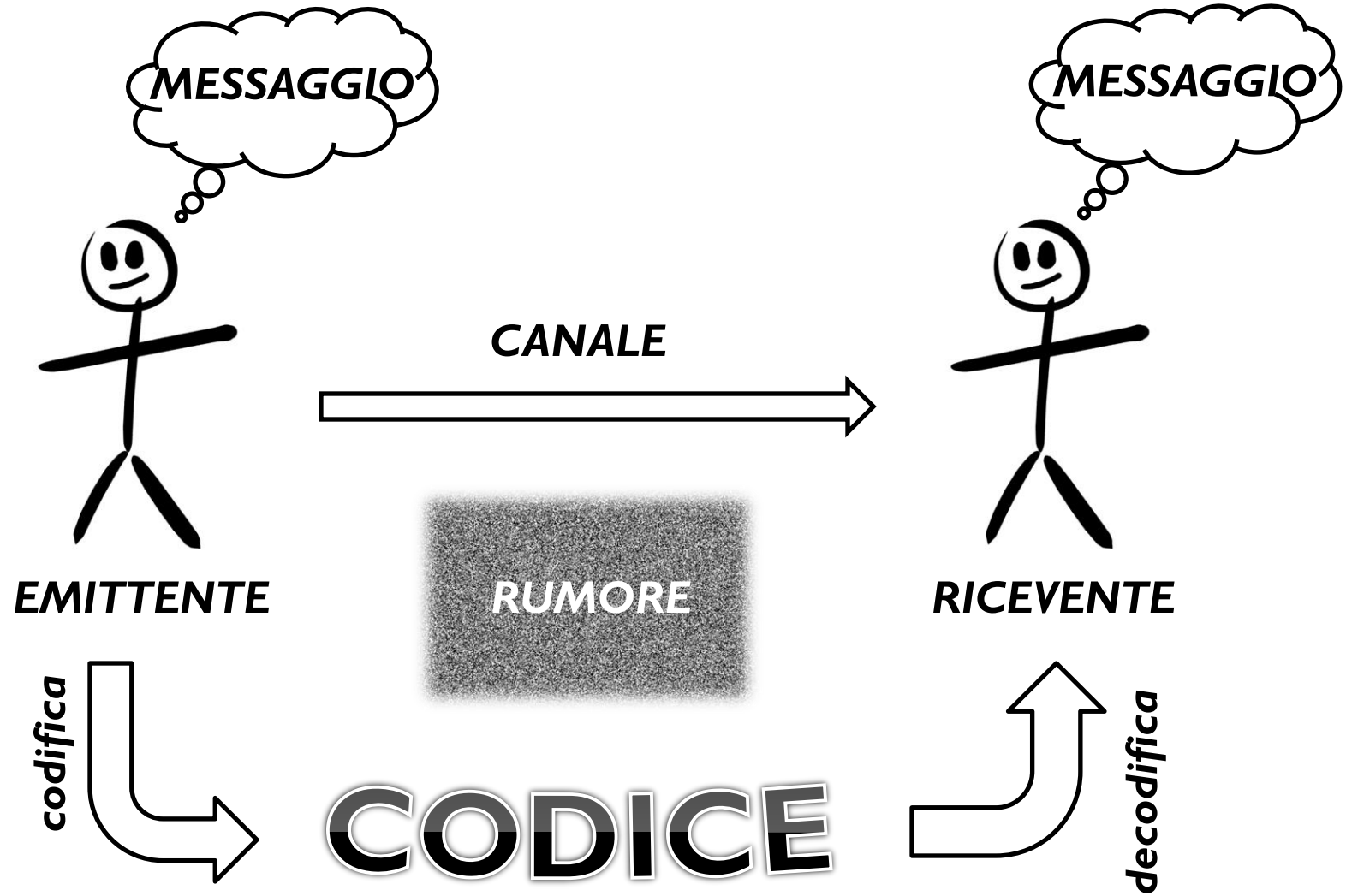
Il problema di Pirandello…



«Abbiamo tutti dentro un mondo di cose: ciascuno un suo mondo di cose! E come possiamo intenderci, signore, se nelle parole ch'io dico metto il senso e il valore delle cose come sono dentro di me; mentre chi le ascolta, inevitabilmente le assume col senso e col valore che hanno per sé, del mondo com'egli l'ha dentro? **Crediamo di intenderci; non ci intendiamo mai!**»

(Luigi Pirandello, *Sei personaggi in cerca d'autore*)

La comunicazione: il modello del codice



(Shannon-Weaver, 1949)

Dal codice alla significazione

Alla base di ogni

sistema segnico o codice

vi è il fenomeno della

SIGNIFICAZIONE



Un segno unisce una forma percepibile (qualcosa che vediamo, sentiamo, leggiamo) a un contenuto a cui rinvia

La significazione

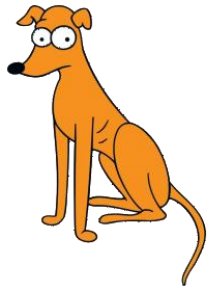
Ad es., la parola italiana **CANE**:

- La sequenza di suoni /kane/ (o le lettere c-a-n-e) è la forma percepibile.
- Rinvia a un contenuto:

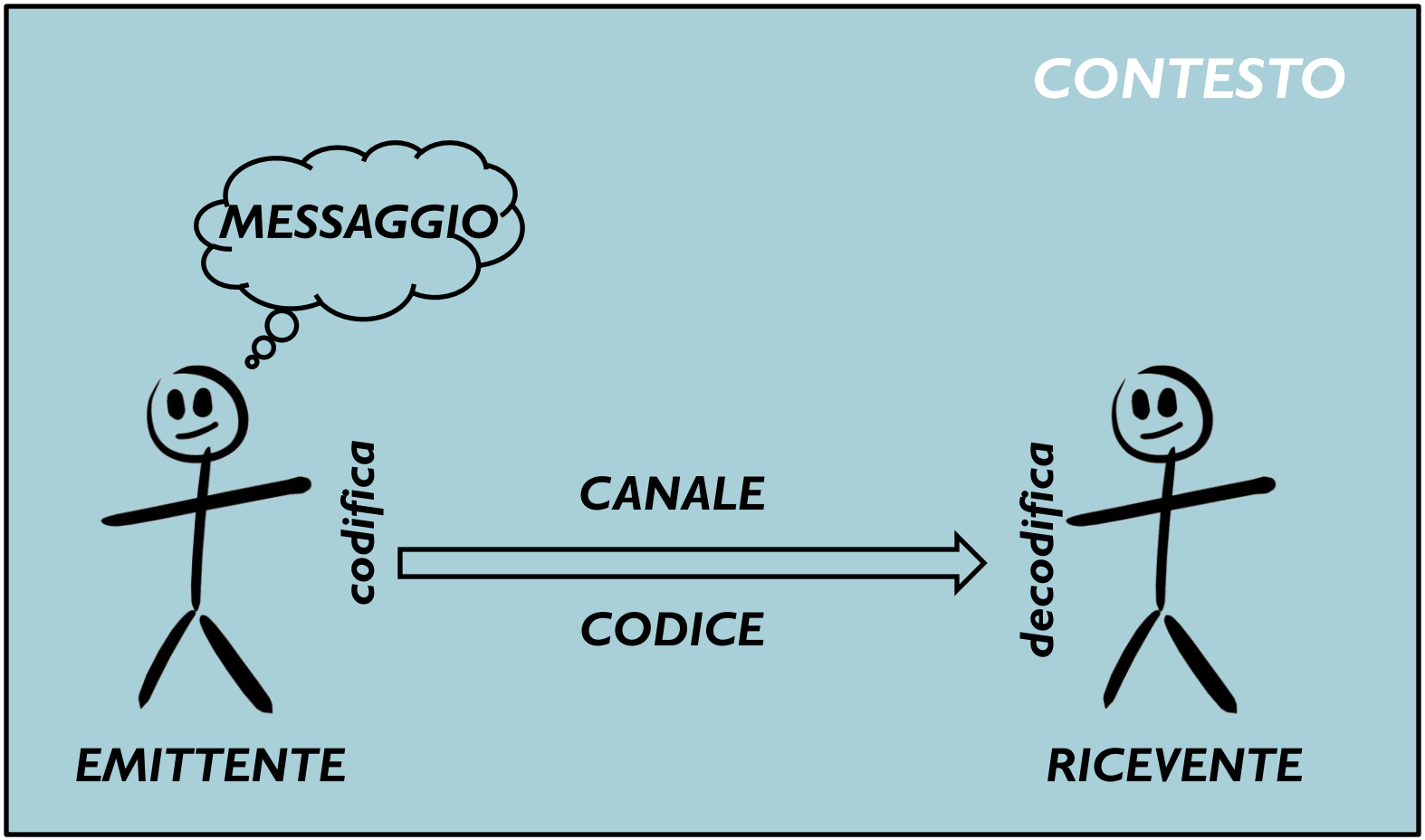
  (i) animale domestico dall'olfatto finissimo, con taglia, pelame, attitudini varie a seconda della razza;

  (ii) rappresentazioni "soggettive":



Oltre al modello del codice



(Jakobson, 1963)

Le funzioni comunicative

Le funzioni associate a ciascun elemento sono:

1. Funzione Referenziale ➔CONTESTO
2. Funzione Emotiva ➔ EMITTENTE
3. Funzione Poetica ➔ MESSAGGIO
4. Funzione Conativa ➔ RICEVENTE
5. Funzione Metalinguistica ➔ CODICE
6. Funzione Fatica ➔ CANALE

Le funzioni comunicative

- Funzione referenziale



FESTIVAL DEL FITNESS / Parte la quindicesima edizione: 105mila metri quadrati a disposizione dei patiti del muscolo. Attesi più di 500mila visitatori

Rimini diventa la palestra più grande del mondo

Cristoforo Colombo, riassunto: biografia, viaggi e scoperte

6 apr 2023 — **Cristoforo Colombo è nato** a Genova nel 1451 e morto a Valladolid nel 1506. Il navigatore italiano, chiamato in spagnolo Cristóbal Colón ...

Le funzioni comunicative

- Funzione emotiva

Che bella giornata proprio!!!

Boh!!!

Wow!!!

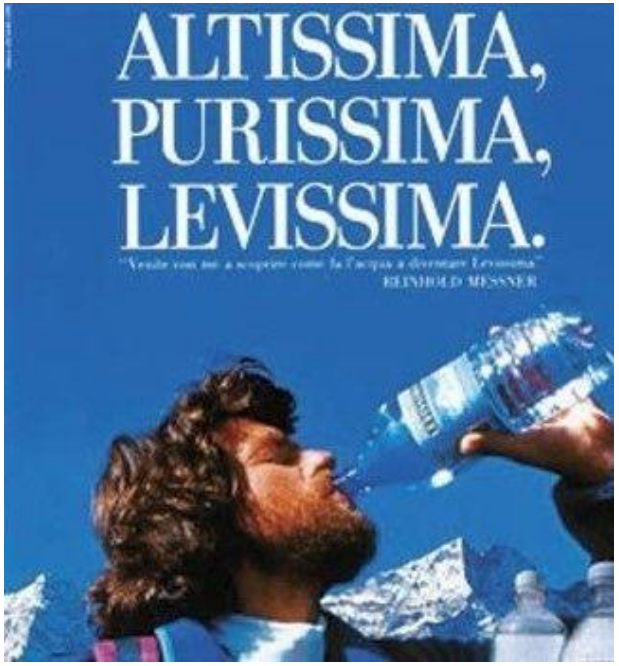


Le funzioni comunicative

- Funzione poetica



Dwight Eisenhower



Le funzioni comunicative

- Funzione conativa





Le funzioni comunicative

- Funzione metalinguistica

La parola «acqua» si scrive con la «cq».

«cringe» vuol dire imbarazzante

In inglese «library» non significa libreria, ma biblioteca.



THIS AD IS FULL OF LIES.

LIE #1: ADVERTISING MAKES YOU BUY THINGS YOU DON'T WANT.
Advertising is often accused of inducing people to buy things against their will.
But when was the last time you returned home from the local shopping mall with a bag full of things you had absolutely no use for? The truth is, nothing short of a pointed gun can get anybody to spend money on something he or she doesn't want.
No matter how effective and is, you and millions of other American consumers make your own decisions. If you don't believe it, ask someone who knows firsthand about the limits of advertising. Like your local Edsel dealer.

LIE #2: ADVERTISING MAKES THINGS COST MORE. Since advertising costs money, it's natural to assume it costs you money. But the truth is that advertising often brings prices down.
Consider the electronic calculator, for example. In the late 1960s, advertising created a mass market for calculators. That meant more of them needed to be produced, which brought the price of producing each calculator down. Competition spurred by advertising brought the price down still further.
As a result, the same product that used to cost hundreds of dollars now costs as little as five dollars.

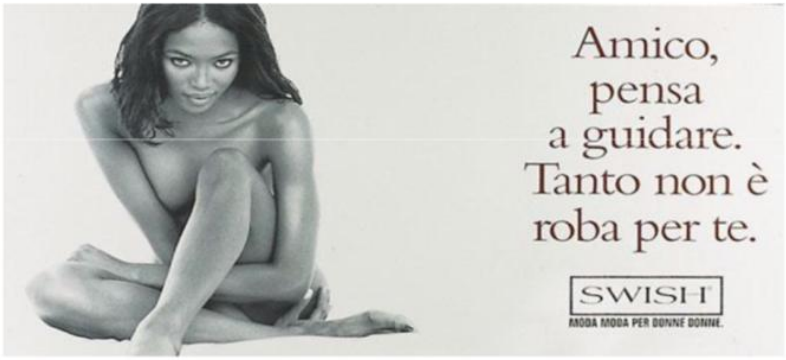
LIE #3: ADVERTISING HELPS BAD PRODUCTS SELL.
Some people worry that good advertising sometimes covers up for bad products.
But nothing can make you like a bad product. So, while advertising can help convince you to try something once, it can't make you buy it twice. If you don't like what you've bought, you won't buy it again. And if enough people feel the same way, the product dies on the shelf.
In other words, the only thing advertising can do for a bad product is help you find out it's a bad product. And you take it from there.

LIE #4: ADVERTISING IS A WASTE OF MONEY. Some people wonder why we don't just put all the money spent on advertising directly into our national economy.
The answer is, we already do.
Advertising helps products sell, which holds down prices, which helps sales even more. It creates jobs. It informs you about all the products available and helps you compare them. And it stimulates the competition that produces new and better products at reasonable prices.
If all that doesn't convince you that advertising is important to our economy, you might as well stop reading.
Because on top of everything else, advertising has paid for a large part of the magazine you're now holding.
And that's the truth.

ADVERTISING.
ANOTHER WORD FOR FREEDOM OF CHOICE.
American Association of Advertising Agencies

Le funzioni comunicative

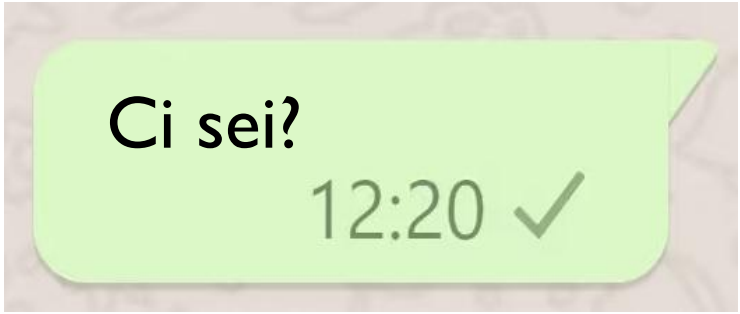
- Funzione fatica





👀

👋



Oltre al modello del codice

1) (Tratto dal film *Benvenuti al sud*, 2010, Miniero L.)
   Alberto: *Buongiorno*
   Sig.ra Volpe: *Buongiorno*
   Alberto: *Come sta?*
   Sig.ra Volpe: *Eh?*
   Alberto: *Dico… lei come sta?*
   Sig.ra Volpe: *Lei?*
   Alberto: *Lei! Come si sente lei?*
   Sig.ra Volpe: *Ma co chi parl chist?*
   Mattia: *Ma sta parlando con te mamma!* verso Alberto *Mia mamma è abituata al voi, da queste parti non si usa il lei.*
   Alberto: *Scusi… scusate!*
2) (Tratto dall'undicesima stagione della serie TV *The Big Bang Theory*, Id. 2007)
   Leonard: *Ciao, che fine hai fatto? Ti chiamiamo da ore!*
   Sheldon: *Oh, mi dispiace, il mio telefono era in modalità aeroplano.*
   Leonard: *Perché?*
   Sheldon: *Perché ero su un aeroplano!*

L'interpretazione

- *CONTESTO*: è lo sfondo della situazione nella quale viene prodotto il segno linguistico, il suo "intorno"

- *CO-TESTO*: è composto dal testo che precede e segue un certo segno linguistico

- Ogni segno linguistico (parola, enunciato) va interpretato a partire dal contesto di proferimento e dal co-testo in cui si trova inserito

L'interpretazione

- Lo stesso segno **non linguistico** può avere significati diversi a seconda del contesto di interpretazione
  - Sudorazione = stress / sforzo / caldo
  - Starnuto = raffreddore / allergia / polvere
  - Sorriso = cordialità / imbarazzo / ironia / scherno
  - Fumo = incendio / barbecue / effetto scenico
  - Luce rossa = pericolo / semaforo / set fotografico
  - Campanella = inizio lezione / allarme incendio / suono di festa
  - Mani giunte = preghiera / gesto di supplica / emoji che indica «grazie»
  - Abito nero = lutto / eleganza / uniforme di lavoro
  - Colpo di tosse = malattia / imbarazzo / richiamo di attenzione
  - Like = approvazione / abitudine automatica / richiesta di attenzione / ironia

L'interpretazione

- Lo stesso **segno linguistico** può avere significati diversi a seconda del contesto di interpretazione
  - Domani devo andare a scuola.
  - Se vieni a casa mia, ti mostrerò delle bellissime viole.
  - Il problema di Paolo sono i calcoli.
  - "Ogni lingua a stati finiti è una lingua terminale, ma esistono lingue terminali che non sono lingue a stati finiti" (N. Chomsky)
  - Un uomo abbraccia una ragazza dopo che aveva pianto. (L. Dalla)
  - Francesco ha finito un altro libro
  - Marta ha lasciato Marco
  - Dante è un'aquila che vola su tutti gli altri poeti.

L'interpretazione

- Uno stesso evento, segni diversi
  - È domenica pomeriggio, vicino allo stadio comunale: si sente un suono assordante di trombette
    - Per un passante distratto che ignora il calcio → segno che la partita è in corso
    - Per un tifoso in curva, che la brandisce lui stesso → segno di incitamento alla propria squadra, un vero messaggio
  - Lo stesso evento materiale può significare cose diverse per menti diverse, in contesti diversi

L'interpretazione

…e l'importanza del contesto!

Castaway (R. G. Van de Velde)

Mi afferrò al collo esile,
non potevo né gridare né urlare,
mi portò nella sua camera
dove nessuno poteva vederci;
strappò via ciò che mi copriva
e mi guardò intensamente –
ero così fredda, immobile e umida,
mentre lui era sudato e accaldato.

L'interpretazione

Mise la sua ardente bocca sulla mia –
lo lasciai fare –
mi portò via tutto il mio io,
non fui capace di resistergli,
fece di me quel che sono. Ahimé!
Ecco perché mi trovo qui…

Un recipiente rotto – vetro rotto –
che una volta conteneva birra in bottiglia.

Per concludere…

- «La semiotica è la disciplina che studia tutto ciò che può essere usato per mentire» (Eco 1975)
  - Cosa ci dice?
    - I segni non sono mai neutri
    - Comunicare significa interpretare (e rischiare fraintendimenti)
    - La semiotica serve a smascherare, capire, decifrare
- «Se qualcosa non può essere usato per mentire, allora non può neppure essere usato per dire la verità: di fatto non può essere usato per dire nulla» (Eco 1975)
  - Cosa di dice?
    - Un segno vale solo se è interpretabile
    - Comunicare = accettare ambiguità
    - Senza rischio di fraintendimento non c'è comunicazione
    - La semiotica studia verità e menzogna come due facce della stessa medaglia

Per concludere…

- «Non si può non comunicare» (Watzlawick, Beavin, Jackson, 1971)
  - Noto anche come il primo assioma della comunicazione
  - Cosa di dice?
    - Anche il silenzio comunica
    - Non esiste una condizione «fuori» dalla comunicazione
    - Siamo immersi nei segni: la semiotica serve a riconoscerli e interpretarli
    - Ma forse i segni sono tali solo se qualcuno li riconosce come tali?