

L'IDEALISTA WEB

Mensile online sottoposto a revisione paritaria (peer review) | Reg. Trib. Roma Nro. 75/2021 del 05/05/2021

Rivista scientifica che promuove la pubblicazione di ricerche originali e di contributi critici nei campi del giornalismo, dei media, dei processi di comunicazione, della cultura digitale e dei transmedia. La rivista si propone di favorire il dialogo interdisciplinare tra studiosi, ricercatori e professionisti. Editore e Proprietario: INTERNATIONAL CENTER FOR SOCIAL RESEARCH - Via dell'Orso 73 - 00186 Roma (RM) - Codice Fiscale 97911440580 - ISP BT Italia SpA - Via Tucidide 56 - 20134 Milano Aut. DGSCER/1/FP/68284 Website: www.idealistaweb.com | Direttore Responsabile: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

© International Center for Social Research - Chiuso in Redazione il 2 gennaio 2025 - Open Access

Opera distribuita con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC BY-NC-ND 4.0). Per maggiori informazioni: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it

OLTRE LA RAPPRESENTAZIONE: WES SHARROCK E LA CRITICA ETNOMETODOLOGICA AI MEDIA STUDIES

AUTORE:

Dr. Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

ABSTRACT (ITALIANO). Negli anni Settanta del Novecento i Media Studies britannici svilupparono un paradigma interpretativo fondato sull'analisi dell'ideologia, della rappresentazione e del bias informativo, assumendo che i testi giornalistici costituissero luoghi privilegiati attraverso cui osservare la riproduzione dei rapporti di potere e dell'egemonia culturale. In questo contesto, il contributo di Wes Sharrock rappresenta una delle più radicali critiche epistemologiche al nuovo paradigma dominante: attraverso il confronto con l'etnometodologia di Harold Garfinkel e con la Membership Categorization Analysis elaborata da Harvey Sacks, Sharrock mette in discussione l'idea che il significato possa essere dedotto direttamente dal contenuto dei testi, sostenendo invece che esso emerga dalle pratiche interpretative dei membri della società. Il presente articolo ricostruisce questa svolta teorica, mostrando come la critica di Sharrock non riguardi esclusivamente le procedure della Content Analysis, ma l'intero paradigma rappresentazionale dei Media Studies. L'etnometodologia propone una diversa concezione dell'informazione, nella quale il testo giornalistico non costituisce un deposito di significati ideologici preesistenti, bensì una risorsa pratica attraverso cui lettori e giornalisti producono, negoziano e rendono intelligibile la realtà sociale. **Parole chiave:** Etnometodologia, Wes Sharrock, Harold Garfinkel, Harvey Sacks, Media Studies, Membership Categorization Analysis, giornalismo, informazione.

ABSTRACT (ENGLISH). During the 1970s British Media Studies developed an interpretative framework centred on ideology, representation and media bias, assuming that news texts primarily reflected broader structures of cultural power and political hegemony. Within this context, Wes Sharrock's contribution represents one of the most radical epistemological critiques of the new dominant paradigm: drawing upon Harold Garfinkel's ethnomethodology and Harvey Sacks' Membership Categorization Analysis, Sharrock questioned the assumption that meaning could be inferred directly from media texts, arguing instead that meaning emerges through the practical interpretative activities of ordinary social members. This article systematically reconstructs this theoretical shift, arguing that Sharrock's critique extends far beyond methodological objections to content analysis and challenges the representational assumptions underlying Media Studies as a whole. From this perspective, news texts should not be understood as repositories of ideological meanings but as practical resources through which journalists and audiences collaboratively accomplish intelligibility. **Keywords:** Ethnomethodology, Wes Sharrock, Harold Garfinkel, Harvey Sacks, Media Studies, Membership Categorization Analysis, Journalism, News.

Introduzione

Nel corso degli anni Settanta del Novecento l'analisi sociologica dei mezzi di comunicazione attraversò una fase di profonda trasformazione. L'affermazione dei *Media Studies* britannici, fortemente influenzati dal marxismo occidentale, dalla teoria dell'egemonia culturale di Antonio Gramsci e dagli studi culturali sviluppati presso il *Centre for Contemporary Cultural Studies* dell'Università di Birmingham, contribuì a consolidare un paradigma interpretativo nel quale l'informazione giornalistica veniva considerata principalmente come un luogo privilegiato attraverso cui osservare la riproduzione dei rapporti di potere e dell'egemonia culturale. Le notizie non erano più intese come semplici resoconti di eventi, bensì come prodotti culturali attraverso cui istituzioni, media e gruppi di potere contribuivano alla costruzione e alla riproduzione dell'ordine sociale.

In questa prospettiva, il compito del ricercatore consisteva essenzialmente nell'individuare, all'interno dei testi giornalistici, le tracce delle ideologie sottostanti, dei processi di selezione delle notizie e dei meccanismi di esclusione o marginalizzazione di determinati attori sociali. Concetti quali *bias*, rappresentazione, stereotipo, egemonia e costruzione simbolica della realtà divennero rapidamente categorie analitiche centrali, alimentando un vasto programma di ricerca volto a dimostrare come i media partecipassero attivamente alla riproduzione delle disuguaglianze sociali e culturali.

È proprio contro questo modo di concepire il rapporto tra testi, significati e società che si colloca il contributo di Wes Sharrock. In collaborazione con Digby C. Anderson, Sharrock pubblicò nel 1979 *Biasing the News: Technical Issues in Media Studies*, un saggio destinato a rappresentare una delle più articolate critiche metodologiche ed epistemologiche rivolte ai *Media Studies* del tempo. L'obiettivo degli autori non consisteva nel negare che i mezzi di comunicazione potessero produrre rappresentazioni selettive della realtà, bensì nel mostrare come molte analisi sociologiche attribuissero ai testi significati che derivavano più dalle procedure interpretative del ricercatore che dalle pratiche ordinarie attraverso cui i membri della società leggono e comprendono le notizie.¹

La critica di Sharrock si sviluppa all'interno dell'etnometodologia inaugurata da Harold Garfinkel e delle ricerche di Harvey Sacks sulla *Membership Categorization Analysis*. In tale prospettiva, il

¹ Anderson, Digby C. e Sharrock, Wes W., "Biasing the News: Technical Issues in 'Media Studies' ", in *Sociology*, Vol. 13, No. 3, pp. 367-385, 1979. <https://doi.org/10.1177/003803857901300301>

significato non è concepito come una proprietà intrinseca del testo né come un contenuto nascosto che il ricercatore deve portare alla luce. Esso è piuttosto il risultato di pratiche interpretative rese possibili da competenze di senso comune condivise, attraverso le quali i membri di una comunità producono reciprocamente l'intelligibilità del mondo sociale.

L'ipotesi sostenuta in questo articolo è che la portata del contributo di Sharrock sia stata frequentemente sottovalutata. La sua riflessione non rappresenta soltanto una critica tecnica alla *Content Analysis* o ai metodi impiegati nei *Media Studies*, ma introduce un vero e proprio cambiamento di paradigma. Se il modello rappresentazionale considera il testo giornalistico come un contenitore di significati ideologici da decodificare, l'approccio etnometodologico invita invece a considerarlo come una risorsa pratica impiegata dai partecipanti per organizzare, riconoscere e rendere reciprocamente comprensibili le proprie attività. In altri termini, l'attenzione si sposta **dalla rappresentazione** delle realtà sociali **alle pratiche** attraverso cui tali realtà vengono continuamente costruite e rese osservabili.

Questo spostamento teorico conserva oggi una straordinaria attualità. Nell'ecosistema comunicativo contemporaneo, caratterizzato dalla moltiplicazione delle piattaforme digitali, dalla circolazione di contenuti prodotti dagli utenti e dalla crescente complessità delle pratiche di fruizione dell'informazione, la prospettiva etnometodologica offre infatti strumenti concettuali particolarmente efficaci per comprendere come il significato emerga dall'interazione tra testi, contesti e competenze interpretative, piuttosto che essere semplicemente "contenuto" nei messaggi stessi.

I Media Studies tra rappresentazione, ideologia e bias

La riflessione sviluppata da Wes Sharrock acquista pieno significato soltanto se collocata all'interno del contesto teorico nel quale prende forma. Tra la fine degli anni Sessanta del Novecento e l'intero decennio successivo, infatti, i *Media Studies* britannici consolidarono un paradigma interpretativo destinato a esercitare una profonda influenza sulle scienze sociali, fondato sull'assunto secondo cui i mezzi di comunicazione non si limitano a descrivere la realtà, ma contribuiscono attivamente alla sua costruzione simbolica.

L'attenzione degli studiosi si spostò progressivamente dalla verifica dell'accuratezza delle informazioni alla comprensione dei processi attraverso cui i media selezionano gli eventi, li organizzano narrativamente e li rendono pubblicamente significativi. In questa prospettiva, la notizia non veniva più considerata il riflesso di un fatto oggettivo, bensì il risultato di un insieme di operazioni sociali e culturali che trasformano un evento in un oggetto comunicabile. Tale impostazione trovava solide basi teoriche nella sociologia della conoscenza, nella teoria dell'egemonia di Antonio Gramsci, nell'interazionismo simbolico e, soprattutto, negli studi culturali sviluppati presso il *Centre for Contemporary Cultural Studies* dell'Università di Birmingham.

L'idea centrale era che ogni testo giornalistico costituisse una forma di rappresentazione. Rappresentare non significava semplicemente descrivere un evento, ma organizzarlo all'interno di schemi interpretativi culturalmente condivisi che orientano il modo in cui il pubblico attribuisce significato alla realtà. Il linguaggio giornalistico veniva quindi interpretato come uno spazio nel quale si sedimentano valori, gerarchie sociali, stereotipi e rapporti di potere. L'analisi dei media coincideva, di conseguenza, con l'identificazione delle strutture ideologiche sottese ai testi.

Questa impostazione determinò un progressivo ampliamento dell'impiego della *Content Analysis*. Originariamente concepita come tecnica descrittiva per classificare la presenza di parole, temi o categorie nei documenti, essa venne progressivamente utilizzata come strumento per inferire significati politici, orientamenti culturali e forme di dominio simbolico. La convinzione implicita era che la distribuzione di determinati contenuti all'interno delle notizie consentisse di ricostruire le ideologie che ne avevano guidato la produzione.

In tale quadro teorico assunse particolare rilevanza il concetto di *bias*. Il termine indicava la presenza di orientamenti sistematici nella costruzione dell'informazione, manifestati attraverso la selezione delle fonti, la gerarchizzazione degli eventi, la scelta del lessico, la definizione dei protagonisti e la struttura narrativa delle notizie. Individuare il *bias* significava quindi individuare le modalità attraverso cui i media contribuivano alla riproduzione dell'ordine sociale esistente.

Come osservano Anderson e Sharrock, tuttavia, questa prospettiva finiva spesso per attribuire ai testi proprietà che derivavano dalle stesse procedure analitiche impiegate dai ricercatori. Le

categorie elaborate durante la ricerca venivano trattate come caratteristiche intrinseche delle notizie, mentre il lavoro interpretativo svolto dall'analista rimaneva sostanzialmente invisibile. La conseguenza era una peculiare inversione metodologica: invece di analizzare come i lettori ordinari comprendessero concretamente un testo giornalistico, l'analisi ricostruiva il significato del testo sulla base delle categorie teoriche predisposte dal ricercatore.

Uno degli esempi più significativi discussi da Anderson e Sharrock riguarda gli studi di Graham Murdock sulla rappresentazione della gioventù nella stampa britannica. Attraverso un'ampia raccolta di articoli pubblicati nell'arco di diversi anni, Murdock individuava una ricorrenza di immagini negative associate ai giovani, interpretandole come manifestazione di un processo di costruzione ideologica della devianza.

Secondo Sharrock, tuttavia, la procedura metodologica adottata produceva un effetto di decontestualizzazione: notizie originariamente pubblicate in circostanze differenti, rivolte a pubblici differenti e riferite a eventi differenti venivano ricomposte artificialmente all'interno di un unico corpus analitico, perdendo le condizioni pratiche che avevano reso intelligibile ciascun testo nel momento della sua pubblicazione. Le regolarità individuate dal ricercatore erano quindi il risultato non soltanto dell'attività giornalistica, ma anche delle modalità attraverso cui il materiale empirico era stato selezionato, classificato e ricombinato.

La critica di Sharrock non consiste dunque nel negare che possano esistere orientamenti ricorrenti nella produzione dell'informazione. Piuttosto, egli mette in discussione la possibilità di dedurre tali orientamenti esclusivamente attraverso l'analisi del contenuto testuale, senza interrogarsi sulle pratiche sociali che rendono possibile la comprensione di quelle stesse notizie. La domanda fondamentale cambia radicalmente: non si tratta più di stabilire quale ideologia sia contenuta nel testo, bensì di comprendere come quel testo divenga comprensibile per coloro che lo leggono.

Questa differenza, apparentemente sottile, segna in realtà un cambiamento epistemologico di ampia portata. Nei *Media Studies* il testo costituisce il principale oggetto dell'indagine; nell'etnometodologia, invece, il centro dell'analisi diventa l'attività interpretativa attraverso cui i membri di una comunità sociale attribuiscono senso ai testi e li integrano nelle proprie pratiche quotidiane. In questa prospettiva, il significato non precede l'interpretazione, ma emerge nel corso dell'interazione tra il testo, il contesto e le competenze pratiche dei lettori.

La svolta etnometodologica: dall'analisi dei testi all'analisi delle pratiche

La critica formulata da Wes Sharrock ai *Media Studies* non può essere compresa come una semplice obiezione metodologica all'uso della *Content Analysis*. Interpretarla in questi termini significherebbe ridurne considerevolmente la portata teorica. Piuttosto, essa rappresenta la conseguenza diretta di un diverso modo di concepire l'azione sociale, il linguaggio e la produzione del significato, elaborato all'interno del programma di ricerca inaugurato da Harold Garfinkel e successivamente sviluppato da Harvey Sacks, Emanuel Schegloff e Gail Jefferson.²

L'etnometodologia nasce come critica radicale alla tradizione sociologica che interpreta il comportamento degli individui attraverso categorie teoriche costruite dall'osservatore. Secondo Garfinkel, la sociologia tende frequentemente a sostituire le competenze pratiche dei membri della società con modelli interpretativi elaborati dal ricercatore, assumendo che la comprensione dell'azione dipenda da strutture teoriche esterne all'attività ordinaria degli attori sociali. L'obiettivo dell'etnometodologia consiste invece nel descrivere i metodi attraverso cui i membri di un gruppo producono continuamente l'ordine sociale, rendendo le proprie azioni reciprocamente osservabili, riconoscibili e comprensibili.³

In questa prospettiva, il concetto stesso di significato assume una configurazione profondamente diversa rispetto a quella adottata dai *Media Studies*. Se questi ultimi tendono a considerare il testo giornalistico come un contenitore di significati da decodificare, l'**etnometodologia** sostiene che **nessun testo possiede un significato indipendente dalle pratiche attraverso cui esso viene letto, interpretato e utilizzato**. Il senso non precede l'interazione, ma viene continuamente prodotto nel corso dell'attività interpretativa dei partecipanti.

Si tratta di una differenza epistemologica fondamentale. Nel *paradigma rappresentazionale* il ricercatore assume che il testo rifletta una determinata visione del mondo e che il proprio compito consista nell'esplicitarla. Nel *paradigma etnometodologico*, invece, il problema scientifico consiste nello spiegare come un testo riesca a funzionare come testo, cioè come venga riconosciuto dai lettori come una notizia, un titolo, un editoriale, una cronaca giudiziaria o un

² Schegloff, Emanuel A., Jefferson, Gail e Sacks, Harvey, "A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation", *Language*, Vol. 50, No. 4, 1974, pp. 696-735. <https://doi.org/10.1353/lan.1974.0010>

³ Garfinkel, Harold, *Studies in Ethnomethodology*, Cambridge, Polity Press, 1991. ISBN 9780745600055

commento politico. L'attenzione si sposta così dall'oggetto rappresentato alle procedure pratiche attraverso cui l'oggetto diventa intelligibile.

Questa impostazione trova una delle sue formulazioni più significative nelle ricerche di Harvey Sacks sulla *Membership Categorization Analysis*. Analizzando conversazioni ordinarie, racconti e interazioni quotidiane, Sacks osserva che i membri della società utilizzano costantemente sistemi di categorizzazione condivisi per interpretare le persone, gli eventi e le situazioni.⁴

Tali categorie non costituiscono semplici etichette descrittive, ma veri e propri dispositivi inferenziali (*Membership Categorization Devices*) capaci di attivare aspettative, attribuzioni di responsabilità, giudizi morali e interpretazioni causali. La celebre formulazione dello strumento «MIR» (*Membership, Inferential Rich, Representative*) sintetizza efficacemente questa proprietà delle categorie sociali: ogni categoria è ricca di inferenze e rende il singolo membro di un gruppo rappresentativo dell'intera categoria.

Questa intuizione assume un'importanza decisiva anche per l'analisi dell'informazione giornalistica: quando un quotidiano definisce un individuo come “*studente*”, “*immigrato*”, “*imprenditore*”, “*poliziotto*” o “*minore*”, non sta semplicemente fornendo un'informazione descrittiva. Sta mobilitando un insieme di competenze interpretative già possedute dai lettori, che consentono loro di **formulare immediatamente inferenze sull'evento narrato**. Il significato della notizia non deriva quindi esclusivamente dalle parole utilizzate, ma dall'**attivazione di conoscenze condivise** che permettono al testo di essere compreso senza ulteriori spiegazioni.

È precisamente questo il punto sul quale Sharrock concentra la propria critica ai *Media Studies*. A suo giudizio, gran parte delle analisi dell'informazione assume implicitamente che tali inferenze appartengano al testo stesso. L'etnometodologia mostra invece che esse **appartengono alle pratiche interpretative** dei membri di un gruppo. Il ricercatore che attribuisce un determinato significato ideologico a una notizia rischia pertanto di confondere il proprio lavoro interpretativo con il funzionamento ordinario del testo.

In *Biasing the News*, Anderson e Sharrock evidenziano come numerosi studi sui media costruiscano il proprio oggetto di ricerca attraverso operazioni di selezione, ricombinazione e ricontestualizzazione dei materiali empirici. Titoli di giornale originariamente pubblicati in contesti

⁴ Sacks, Harvey, *Lectures on Conversation*, Malden, Blackwell, 1995. ISBN 9781557867056

differenti vengono estratti dal loro ambiente comunicativo, raggruppati secondo categorie elaborate dal ricercatore e successivamente interpretati come prova dell'esistenza di specifiche strutture ideologiche. In questo processo, tuttavia, il testo perde proprio quelle caratteristiche contestuali che ne rendevano possibile la comprensione da parte dei lettori ordinari. Il risultato è che il *bias* individuato dall'analista rischia di essere prodotto dalla procedura di analisi piuttosto che costituire una proprietà osservabile delle notizie stesse.

La questione assume qui un carattere eminentemente epistemologico. Ogni attività scientifica comporta inevitabilmente un processo di selezione e classificazione del materiale empirico. Tuttavia, secondo Sharrock, il problema nasce quando tali operazioni vengono naturalizzate, cioè quando le categorie costruite dal ricercatore vengono trattate come caratteristiche intrinseche del fenomeno osservato. L'etnometodologia invita invece a rendere visibile il lavoro interpretativo svolto dall'analista, riconoscendo che anche la ricerca sociologica costituisce una pratica sociale organizzata secondo procedure di categorizzazione, inferenza e attribuzione di significato.

In questo senso, la critica di Sharrock anticipa questioni che diventeranno centrali nella metodologia qualitativa degli anni successivi. Lungi dal proporre una posizione relativistica, egli richiama l'attenzione sulla necessità di descrivere analiticamente le pratiche attraverso cui il significato viene prodotto, evitando di attribuire ai testi proprietà che derivano dalle procedure interpretative dell'osservatore. L'oggetto della ricerca non è più la presunta ideologia nascosta nei documenti, ma il lavoro pratico attraverso cui documenti, lettori e ricercatori costruiscono insieme un mondo socialmente intelligibile.

Oltre la rappresentazione: la critica epistemologica di Wes Sharrock

L'interpretazione più diffusa dell'opera di Wes Sharrock tende a presentare *Biasing the News* come una critica metodologica rivolta ad alcune procedure di analisi del contenuto impiegate nei *Media Studies*. Sebbene questa lettura colga un aspetto reale del testo, essa rischia di oscurarne la portata più profonda. Il problema affrontato da Sharrock non riguarda infatti soltanto l'affidabilità di una determinata tecnica di ricerca, bensì la natura stessa dell'oggetto che la Sociologia dell'Informazione pretende di studiare.

L'assunto implicito di gran parte della ricerca sui media è che il significato costituisca una proprietà del testo. La notizia viene considerata un artefatto simbolico all'interno del quale sono incorporati valori, ideologie, rappresentazioni e rapporti di potere che il ricercatore è chiamato a identificare attraverso procedure analitiche adeguate. L'analisi sociologica diventa così un'attività di decodifica: il testo è trattato come un deposito di significati latenti che attendono di essere portati alla luce.

Sharrock contesta proprio questa premessa. La sua obiezione non consiste nel negare che i testi possano essere interpretati, bensì nel mettere in discussione l'idea che tali interpretazioni siano già contenute nel testo stesso. L'errore epistemologico consiste nell'attribuire all'oggetto osservato ciò che è invece il risultato dell'attività interpretativa del ricercatore. In altre parole, il sociologo finisce per naturalizzare il proprio lavoro analitico, trasformando categorie costruite ex post in caratteristiche intrinseche del fenomeno studiato.

Da questo punto di vista, la critica di Sharrock presenta sorprendenti analogie con il principio di riflessività elaborato da Harold Garfinkel. L'etnometodologia sostiene infatti che le descrizioni della realtà non sono semplici rappresentazioni di un mondo già dato, ma costituiscono esse stesse pratiche sociali che contribuiscono a produrre quel mondo come intelligibile.⁵

Anche la ricerca sociologica rientra in questa dinamica: classificare, codificare, selezionare e confrontare materiali empirici non significa semplicemente registrarne le proprietà, ma costruire specifiche modalità di osservazione che rendono alcuni aspetti visibili e altri invisibili.

Ne consegue che l'analisi del *bias* non può essere considerata un'operazione neutrale. Prima ancora di individuare eventuali orientamenti ideologici nei testi giornalistici, il ricercatore deve costruire il proprio corpus documentario, definire le categorie di classificazione, stabilire quali elementi siano rilevanti e quali possano essere trascurati. Tutte queste operazioni precedono l'analisi propriamente detta e condizionano inevitabilmente i risultati ottenuti. Lungi dall'essere un semplice procedimento tecnico, la ricerca costituisce quindi una pratica organizzata attraverso decisioni interpretative che rimangono spesso implicite.

⁵ Garfinkel, Harold, *op. cit.*

È proprio su questo punto che Sharrock introduce uno spostamento radicale dell'attenzione analitica. L'oggetto della sociologia non dovrebbe essere il significato presunto dei testi, bensì le pratiche mediante le quali tali testi vengono prodotti, letti, riconosciuti e utilizzati dai membri della società. Ciò implica una ridefinizione dell'intera agenda di ricerca dei *Media Studies*. La domanda non è più: *quale ideologia esprime questa notizia?* La domanda diventa invece: *quali competenze pratiche consentono ai lettori di comprenderla come una notizia?*

Questo mutamento di prospettiva appare evidente se si considera il funzionamento ordinario della comunicazione giornalistica. Un articolo pubblicato su un quotidiano contiene inevitabilmente numerose informazioni implicite. I giornalisti non spiegano ogni termine utilizzato, non definiscono sistematicamente le categorie sociali richiamate e non esplicitano ogni relazione causale. La comunicazione risulta possibile proprio perché autore e lettore condividono un vasto patrimonio di conoscenze pratiche che rende superflua una continua esplicitazione del contesto.

L'intelligibilità della notizia dipende quindi da ciò che Garfinkel avrebbe definito il carattere *indessicale* dell'azione sociale: le espressioni linguistiche acquistano significato soltanto all'interno delle circostanze concrete in cui vengono utilizzate. Estrarre un titolo dal giornale, inserirlo in una tabella statistica e confrontarlo con centinaia di altri titoli appartenenti a periodi differenti significa modificare radicalmente le condizioni che ne rendevano possibile la comprensione originaria. Il problema non consiste nel fatto che tale operazione sia illegittima, ma nel fatto che essa produce un nuovo oggetto empirico, diverso da quello che il lettore incontra nell'esperienza quotidiana.

L'etnometodologia invita pertanto a distinguere accuratamente tra il documento come risorsa pratica e il documento come dato scientifico. Nel primo caso il testo partecipa all'organizzazione ordinaria della vita sociale: informa, orienta, coordina aspettative, consente inferenze. Nel secondo caso il medesimo testo viene trasformato in materiale empirico attraverso operazioni di selezione, codifica e classificazione. Confondere questi due livelli significa attribuire ai documenti caratteristiche che derivano invece dalle pratiche della ricerca.

Da questa prospettiva emerge con chiarezza come la critica di Sharrock non sia rivolta esclusivamente ai *Media Studies*. Essa investe una tendenza molto più generale delle scienze sociali: quella di sostituire le pratiche dei membri con le categorie dell'analista. È questo il motivo per cui il suo contributo mantiene ancora oggi una notevole rilevanza metodologica.

In un'epoca caratterizzata dalla crescente disponibilità di grandi archivi digitali, tecniche automatizzate di *text mining*, algoritmi di classificazione e strumenti di intelligenza artificiale per l'analisi dei contenuti, il rischio di reificare categorie costruite dall'osservatore risulta, se possibile, ancora più elevato di quanto non fosse alla fine degli anni Settanta del Novecento.

L'attualità dell'etnometodologia consiste precisamente nel ricordare che nessuna procedura automatizzata elimina il problema fondamentale della ricerca sociologica: comprendere come il significato venga prodotto nelle pratiche ordinarie della vita sociale.

Gli algoritmi possono classificare milioni di documenti in pochi secondi, ma non sostituiscono il lavoro interpretativo attraverso cui i membri attribuiscono senso ai testi. La questione epistemologica posta da Sharrock rimane quindi sostanzialmente immutata: il significato non è un'entità nascosta all'interno dei documenti, bensì il risultato di attività socialmente organizzate che precedono qualsiasi operazione di misurazione. In questa prospettiva, l'etnometodologia non propone una semplice revisione metodologica dei *Media Studies*, ma una diversa concezione della conoscenza sociologica. Se il paradigma rappresentazionale assume che il compito della ricerca consista nello svelare strutture di significato già presenti nei testi, Sharrock suggerisce invece che il primo compito del sociologo sia descrivere i metodi attraverso cui quei testi diventano, per i membri della società, oggetti intelligibili. È in questo passaggio, più che nella critica della *Content Analysis*, che risiede il contributo teorico più originale della sua opera.

Dal testo ai dati. L'attualità della critica di Sharrock nell'era dell'intelligenza artificiale

A quasi cinquant'anni dalla pubblicazione di *Biasing the News*, il panorama della ricerca sui media è profondamente mutato. La progressiva digitalizzazione dell'informazione, la disponibilità di archivi testuali di dimensioni senza precedenti e l'affermazione delle tecniche di analisi computazionale hanno trasformato radicalmente le modalità attraverso cui giornalisti, ricercatori e piattaforme osservano i fenomeni comunicativi. L'attenzione si è progressivamente spostata dalla lettura ravvicinata dei testi (*close reading*) all'elaborazione automatizzata di grandi quantità di documenti (*distant reading*), resa possibile dall'integrazione di strumenti statistici, algoritmi di *Natural Language Processing* (NLP), modelli di *machine learning* e, più recentemente, sistemi di intelligenza artificiale generativa.

Questa trasformazione è stata spesso interpretata come un superamento delle limitazioni metodologiche che avevano caratterizzato la ricerca qualitativa tradizionale. L'analisi automatica dei testi promette infatti di ridurre la soggettività dell'osservatore, incrementare la replicabilità delle procedure e consentire l'esame di corpora costituiti da milioni di documenti. Tecniche quali la *sentiment analysis*, il *topic modeling*, il riconoscimento automatico delle entità nominate (*Named Entity Recognition*), la classificazione supervisionata dei contenuti e l'estrazione semantica delle relazioni vengono oggi considerate strumenti ordinari nella ricerca sui media digitali.

Tuttavia, proprio l'evoluzione delle metodologie computazionali rende sorprendentemente attuale la critica formulata da Wes Sharrock. Le questioni epistemologiche sollevate dall'etnometodologia non scompaiono con l'introduzione degli algoritmi; al contrario, esse tendono a diventare ancora più rilevanti. Se negli anni Settanta del Novecento Sharrock mostrava come il ricercatore producesse il proprio oggetto di studio attraverso operazioni di selezione, categorizzazione e ricontestualizzazione dei testi, oggi analoghe operazioni vengono incorporate all'interno delle architetture computazionali che governano l'intero processo analitico.

Ogni sistema di analisi automatica presuppone infatti una serie di decisioni preliminari che non possono essere considerate neutre. Prima che un algoritmo possa classificare un documento è necessario definire quali categorie utilizzare, come etichettare i dati di addestramento, quali relazioni semantiche considerare rilevanti, quali variabili includere e quali escludere. Anche i più sofisticati modelli linguistici contemporanei operano sempre all'interno di uno spazio concettuale definito da esseri umani, che stabiliscono gli obiettivi dell'analisi e le modalità attraverso cui i risultati dovranno essere interpretati.

Da una prospettiva etnometodologica, tali procedure non costituiscono semplicemente passaggi tecnici, ma rappresentano pratiche socialmente organizzate attraverso cui viene costruito l'oggetto stesso della ricerca. L'algoritmo non scopre categorie già presenti nei dati; esso applica categorie previamente definite, producendo classificazioni coerenti con le regole incorporate nel modello. La differenza rispetto agli studi criticati da Sharrock non riguarda quindi la natura del problema epistemologico, bensì il livello di complessità degli strumenti impiegati.

Un esempio significativo è offerto dalla *sentiment analysis*. In numerose ricerche contemporanee, milioni di messaggi pubblicati sui social media vengono classificati come positivi, negativi o neutrali sulla base di modelli statistici addestrati su corpora annotati manualmente. Sebbene tali

procedure consentano analisi di ampia scala, esse presuppongono che il sentimento costituisca una proprietà identificabile del testo. L'etnometodologia suggerirebbe invece una domanda preliminare: *come fanno i membri della società a riconoscere un'espressione come ironica, sarcastica, offensiva o solidale all'interno di una specifica situazione comunicativa?*

Senza una descrizione delle pratiche interpretative attraverso cui tali categorie vengono utilizzate nella vita quotidiana, la classificazione automatica rischia di trasformare fenomeni contestuali in proprietà apparentemente oggettive del linguaggio.

Analoga considerazione vale per il *topic modeling*. Algoritmi quali la *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) individuano regolarità statistiche nella distribuzione delle parole, raggruppandole in insiemi interpretati come "argomenti". Tuttavia, l'attribuzione di un significato sociologico a tali gruppi richiede inevitabilmente un intervento interpretativo del ricercatore. È quest'ultimo a decidere se un determinato insieme di termini rappresenti, ad esempio, il tema dell'immigrazione, della sicurezza, dell'economia o della salute pubblica. Ancora una volta, le categorie finali emergono dall'interazione tra procedure computazionali e pratiche interpretative umane, non esclusivamente dall'elaborazione algoritmica dei dati.

L'avvento dei ***Large Language Models*** (LLM) introduce poi un ulteriore elemento di riflessione. A differenza dei tradizionali sistemi di classificazione, i modelli generativi sono in grado di produrre sintesi, interpretazioni, inferenze e argomentazioni linguisticamente coerenti. Tale capacità potrebbe indurre a ritenere che il problema interpretativo sia stato definitivamente risolto. In realtà, la prospettiva etnometodologica conduce a una conclusione differente: anche quando un modello linguistico produce un'analisi sofisticata di un corpus documentario, esso opera sulla base di correlazioni statistiche apprese durante l'addestramento, senza partecipare alle pratiche sociali attraverso cui i membri di un gruppo costruiscono il significato delle proprie azioni. La coerenza testuale non equivale alla competenza sociale.

Ciò non implica una svalutazione dell'intelligenza artificiale come strumento di ricerca. Al contrario, le tecnologie computazionali rappresentano oggi risorse indispensabili per affrontare fenomeni comunicativi caratterizzati da volumi di dati incompatibili con l'analisi manuale. La prospettiva etnometodologica suggerisce tuttavia che tali strumenti debbano essere concepiti come supporti all'indagine sociologica e non come sostituti dell'interpretazione.

Gli algoritmi permettono di individuare regolarità, correlazioni e configurazioni ricorrenti, ma non eliminano la necessità di comprendere le pratiche attraverso cui tali configurazioni acquistano significato nella vita sociale. In questa prospettiva, la riflessione di Sharrock può essere reinterpretata come un invito a integrare metodologie computazionali ed etnometodologia, evitando tanto il riduzionismo quantitativo quanto l'impressionismo interpretativo.

La sfida della ricerca contemporanea non consiste nello scegliere tra analisi non-automatizzata e analisi automatizzata, bensì nel costruire modelli metodologici capaci di mettere in relazione le regolarità individuate dagli algoritmi con le competenze pratiche attraverso cui i membri di un gruppo producono e riconoscono il significato delle proprie attività comunicative.

Da questo punto di vista, l'eredità di Sharrock appare oggi persino più attuale che nel 1979. Se allora il rischio consisteva nel confondere le categorie della *Content Analysis* con le proprietà dei testi giornalistici, oggi il rischio è quello di attribuire alle classificazioni algoritmiche uno statuto di oggettività che esse non possiedono. L'etnometodologia ricorda invece che ogni descrizione del mondo sociale, indipendentemente dal grado di sofisticazione tecnica degli strumenti utilizzati, rimane il risultato di pratiche interpretative storicamente e socialmente situate.

I tre livelli della critica etnometodologica

L'analisi sviluppata nelle pagine precedenti consente di rileggere il contributo di Wes Sharrock da una prospettiva più ampia rispetto a quella generalmente adottata nella letteratura sui *Media Studies*. Se il saggio *Biasing the News* viene frequentemente richiamato come una critica alla *Content Analysis* o alle procedure di individuazione del *bias* informativo, una lettura sistematica del testo suggerisce invece che la sua portata teorica sia considerevolmente più estesa. Più che contestare una specifica metodologia di ricerca, Sharrock mette in discussione il modo stesso in cui la sociologia costruisce il proprio oggetto di indagine.

Alla luce della ricostruzione proposta, la critica etnometodologica può essere articolata su tre livelli analiticamente distinti ma strettamente interconnessi: metodologico, epistemologico e ontologico.

Il livello metodologico

Sul piano metodologico, Sharrock evidenzia i limiti delle procedure attraverso cui numerosi studi sui media costruiscono il proprio corpus empirico. La selezione delle notizie, la definizione delle categorie di analisi, la codifica dei contenuti e la successiva interpretazione delle regolarità osservate costituiscono operazioni che precedono qualsiasi conclusione teorica e che influenzano inevitabilmente gli esiti della ricerca.

L'originalità della sua posizione non consiste nell'affermare che tali operazioni siano scorrette o arbitrarie, bensì nel renderne esplicito il carattere costitutivo. Ogni analisi produce il proprio oggetto attraverso pratiche di classificazione e ricontestualizzazione che devono essere considerate parte integrante del fenomeno osservato. La ricerca non si limita quindi a descrivere una realtà già organizzata, ma contribuisce essa stessa alla costruzione dell'oggetto empirico.

Questa osservazione conserva una rilevanza metodologica anche nell'ambito delle ricerche contemporanee basate su strumenti computazionali. L'adozione di algoritmi sofisticati non elimina infatti la necessità di definire preventivamente le categorie di classificazione, le procedure di annotazione e i criteri di interpretazione dei risultati.

Il livello epistemologico

La dimensione epistemologica della critica risulta ancora più significativa. Sharrock rifiuta l'idea che il significato possa essere considerato una proprietà intrinseca dei testi giornalistici. Il significato non viene scoperto dal ricercatore, ma emerge dall'interazione tra testo, contesto e competenze interpretative condivise dai membri della società.

Questa impostazione implica una ridefinizione del ruolo stesso del sociologo. L'obiettivo della ricerca non consiste più nello svelare significati nascosti o ideologie latenti, ma nel descrivere i metodi attraverso cui tali significati vengono prodotti e riconosciuti nelle pratiche ordinarie della vita sociale.

Da questo punto di vista, la ricerca sociologica assume un carattere riflessivo. Anche le categorie utilizzate dagli studiosi devono essere considerate prodotti di pratiche interpretative storicamente situate. L'etnometodologia non elimina il lavoro teorico, ma lo sottopone a un continuo esercizio di autoconsapevolezza metodologica.

Il livello ontologico

La conseguenza più radicale della prospettiva etnometodologica riguarda tuttavia il piano ontologico. L'interrogativo fondamentale non è più:

“che cosa rappresentano i media?”

ma

“che cosa sono i media come pratica sociale?”

Questo spostamento modifica profondamente l'oggetto della sociologia dell'informazione.

Nel ***paradigma rappresentazionale*** il giornale, il telegiornale o la piattaforma digitale vengono concepiti come strumenti attraverso cui una determinata immagine della realtà viene prodotta e diffusa.

Nel ***paradigma etnometodologico***, invece, essi vengono analizzati come contesti nei quali giornalisti, lettori, fonti, istituzioni e ricercatori cooperano continuamente alla produzione dell'intelligibilità del mondo sociale.

Le notizie cessano così di essere semplicemente “testi” e diventano pratiche documentarie (*documentary practices*) mediante le quali una collettività organizza la propria esperienza quotidiana.

Questo aspetto, probabilmente, costituisce il contributo più innovativo dell'opera di Sharrock.

Una proposta di rilettura

Alla luce di queste considerazioni, è possibile proporre una rilettura complessiva del rapporto tra etnometodologia e *Media Studies*. Tradizionalmente le due prospettive sono state considerate alternative: da un lato i *Media Studies* analizzano le rappresentazioni, dall'altro l'etnometodologia studia le pratiche.

Questa contrapposizione, tuttavia, appare oggi eccessivamente rigida. L'evoluzione delle piattaforme digitali mostra infatti che rappresentazioni e pratiche risultano inseparabili. Ogni contenuto digitale viene contemporaneamente prodotto, interpretato, classificato, raccomandato dagli algoritmi, commentato, condiviso e continuamente rielaborato dagli utenti.

L'oggetto della ricerca non è quindi più soltanto il contenuto comunicativo, ma l'intero sistema di pratiche che ne rende possibile la circolazione. Da questa prospettiva, la critica di Sharrock può essere reinterpretata come il fondamento teorico di una sociologia delle infrastrutture interpretative.

Non sono i testi, isolatamente considerati, a produrre significato. Sono le reti di pratiche interpretative —umane, organizzative e, oggi, anche computazionali— che rendono possibile l'esistenza stessa dell'informazione come fenomeno sociale.

Verso una Sociologia delle pratiche informative

La riflessione sviluppata in questo articolo suggerisce infine l'opportunità di distinguere tra due programmi di ricerca: il primo, che è riconducibile al paradigma rappresentazionale, assume che la sociologia debba individuare le strutture simboliche presenti nei contenuti medial; il secondo, che è ispirato all'etnometodologia, considera invece prioritario descrivere le pratiche attraverso cui tali contenuti vengono prodotti, riconosciuti, utilizzati e resi intelligibili.

Questi due programmi non sono necessariamente incompatibili. L'analisi delle rappresentazioni può fornire importanti indicazioni sulle configurazioni simboliche ricorrenti nei media contemporanei. L'etnometodologia, tuttavia, ricorda che tali configurazioni acquistano rilevanza sociologica soltanto se vengono ricondotte alle pratiche concrete attraverso cui i membri della società attribuiscono loro significato.

In questa prospettiva, la *Sociologia dell'informazione* non si limita più a studiare i media come sistemi di rappresentazione, ma li interpreta come ambienti nei quali il significato viene continuamente prodotto, negoziato e reso pubblico: si afferma così una nuova *Sociologia delle pratiche informative*.

Conclusioni

L'obiettivo di questo articolo è quello di ricostruire criticamente il contributo di Wes Sharrock ai *Media Studies*, mostrando come la sua riflessione ecceda ampiamente la dimensione di una critica metodologica alla *Content Analysis* per configurarsi come una vera e propria proposta alternativa di sociologia dell'informazione.

Attraverso il confronto con l'etnometodologia di Harold Garfinkel e con la *Membership Categorization Analysis* di Harvey Sacks, è emerso come la questione centrale posta da Sharrock riguardi la natura stessa del significato e, di conseguenza, il modo in cui la ricerca sociologica costruisce il proprio oggetto di indagine.

La ricostruzione sviluppata ha evidenziato che il *paradigma rappresentazionale*, dominante in larga parte dei *Media Studies* degli anni Settanta del Novecento, tende a concepire il testo giornalistico come un **deposito di significati ideologici** che il ricercatore è chiamato a portare alla luce attraverso opportune procedure analitiche.

L'*etnometodologia* propone invece un radicale spostamento di prospettiva: **il significato non precede l'interpretazione**, ma emerge dalle **pratiche sociali** attraverso cui i membri di un gruppo producono, riconoscono e rendono reciprocamente intelligibili le proprie attività comunicative. Il testo non costituisce dunque il punto di arrivo dell'analisi, bensì una risorsa pratica che acquista senso soltanto nel contesto delle interazioni in cui viene utilizzata.

In questa prospettiva, il contributo teorico di Sharrock appare oggi ancora più rilevante di quanto non fosse alla fine degli anni Settanta del Novecento.

La progressiva diffusione delle metodologie computazionali, delle tecniche di *Natural Language Processing*, del *machine learning* e dei modelli linguistici generativi ha modificato profondamente gli strumenti della ricerca empirica, ma non ha eliminato il problema epistemologico fondamentale individuato dall'etnometodologia.

Ogni procedura di analisi automatizzata continua infatti a dipendere da categorie interpretative, criteri di classificazione e decisioni metodologiche elaborate da ricercatori che operano all'interno di specifiche tradizioni teoriche. L'apparente oggettività degli algoritmi non sostituisce il lavoro interpretativo, ma ne modifica le forme e le condizioni di esercizio.

Da questa rilettura deriva una proposta teorica che costituisce il principale contributo del presente lavoro. Piuttosto che interpretare l'etnometodologia e i *Media Studies* come paradigmi reciprocamente incompatibili, è possibile considerarli come livelli differenti di analisi dello stesso fenomeno comunicativo.

I *Media Studies* hanno fornito strumenti fondamentali per comprendere i processi di rappresentazione, le dinamiche dell'egemonia culturale e la costruzione simbolica della realtà; l'*etnometodologia*, dal canto suo, permette di analizzare le pratiche concrete attraverso cui tali rappresentazioni vengono prodotte, interpretate e rese operative nella vita quotidiana.

La comprensione della comunicazione contemporanea richiede pertanto un'integrazione tra questi due programmi di ricerca, evitando tanto il riduzionismo rappresentazionale quanto il rischio di una descrizione puramente situazionale delle pratiche sociali.

In questo senso, l'articolo propone di reinterpretare l'opera di Sharrock come il fondamento di una ***Sociologia delle pratiche informative***. Tale prospettiva assume che l'informazione non possa essere compresa esclusivamente come contenuto simbolico né come semplice flusso di dati, ma debba essere studiata come insieme di attività socialmente organizzate attraverso cui giornalisti, lettori, istituzioni, piattaforme digitali e sistemi algoritmici cooperano alla produzione dell'intelligibilità del mondo. L'oggetto della sociologia dell'informazione non è quindi il testo isolato, bensì l'insieme delle pratiche che ne rendono possibile la produzione, la circolazione, l'interpretazione e il riconoscimento pubblico.

Naturalmente, il presente lavoro presenta alcuni limiti. Trattandosi di un contributo prevalentemente teorico, esso non sviluppa un'applicazione empirica delle categorie etnometodologiche a specifici corpora giornalistici o a contesti digitali contemporanei. Una verifica sistematica delle ipotesi formulate richiederebbe ricerche basate sull'analisi delle pratiche redazionali, delle interazioni tra utenti nelle piattaforme digitali o dei processi attraverso cui sistemi algoritmici e attori umani cooperano nella selezione e nella classificazione delle informazioni. Analogamente, sarebbe opportuno estendere il confronto con altre tradizioni teoriche, quali l'analisi critica del discorso, la sociologia pragmatica francese e gli studi sulle infrastrutture digitali, al fine di valutare convergenze e differenze rispetto all'approccio etnometodologico.

Queste prospettive aprono un programma di ricerca che appare particolarmente promettente nell'attuale ecosistema mediale. L'intelligenza artificiale, i sistemi di raccomandazione, le piattaforme sociali e le pratiche di moderazione automatizzata dei contenuti pongono interrogativi che non possono essere affrontati esclusivamente attraverso l'analisi dei testi o dei dati quantitativi. Essi richiedono una comprensione delle pratiche interpretative, delle competenze di senso comune e delle forme di accountability che rendono possibile l'esistenza stessa della comunicazione sociale. Sotto questo profilo, la riflessione di Wes Sharrock conserva una sorprendente capacità euristica e continua a offrire strumenti concettuali di grande utilità per la sociologia dell'informazione contemporanea.

In conclusione, la rilettura proposta suggerisce che il contributo più originale di Sharrock non risieda semplicemente nella critica al concetto di *bias*, bensì nella ridefinizione dell'oggetto della sociologia della comunicazione. Se il paradigma rappresentazionale invita a chiedersi **che cosa i media rappresentino**, l'etnometodologia induce a domandarsi **come i media diventino intelligibili e operativi nelle pratiche ordinarie della vita sociale**. È in questo spostamento di prospettiva, più che in una diversa tecnica di analisi, che si colloca l'eredità teorica di Sharrock e, probabilmente, una delle direzioni più feconde per il rinnovamento degli studi contemporanei sull'informazione.

Bibliografia

Anderson, Digby C. e Sharrock, Wes W., "Biasing the News: Technical Issues in 'Media Studies'", in *Sociology*, Vol. 13, No. 3, pp. 367-385, 1979. <https://doi.org/10.1177/003803857901300301>

Barthes, Roland, *Mythologies*, Parigi, Éditions du Seuil, 1957. ISBN 9782020025829

Bender, Emily M., Gebru, Timnit, McMillan-Major, Angelina e Shmitchell, Shmargaret, "On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?", in *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 2021, pp. 610-623. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>

Berger, Peter L. e Luckmann, Thomas, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, New York, Knopf Doubleday Publishing Group, 1967. ISBN 9780385058988

boyd, danah e Crawford, Kate, “Critical Questions for Big Data”, *Information, Communication & Society*, Vol. 15, No. 5, 2012, pp. 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>

Couldry, Nick, *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge, Polity Press, 2012. ISBN 9780745639208

Fairclough, Norman, *Media Discourse*, Londra, Edward Arnold, 1995. ISBN 9780340588895

Fiske, John, *Television Culture*, Malton, Methuen, 1987. ISBN 9780416924404

Garfinkel, Harold, *Studies in Ethnomethodology*, Cambridge, Polity Press, 1991. ISBN 9780745600055

Goffman, Erving, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Boston, Northeastern University Press, 1986. ISBN 9780930350918

Gramsci, Antonio, *Quaderni del carcere*, San Benedetto del Tronto, Mauna Loa, 2020. ISBN 9788806131678

Grimmer, Justin e Stewart, Brandon M., “Text as Data: The Promise and Pitfalls of Automatic Content Analysis Methods for Political Texts”, *Political Analysis*, Vol. 21, No. 3, 2013, pp. 267-297. <https://doi.org/10.1093/pan/mps028>

Hall, Stuart, “Encoding and Decoding in the Television Discourse”, Leicester, The Council and The Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, Settembre 1973, ripubblicato in *Essential Essays, Volume 1*, Duke University Press, 2020. <https://doi.org/10.1515/9781478002413-014>

Hall, Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1997. ISBN 9780761954323

Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew e Willis, Paul, *Culture, Media, Language*, Londra, Hutchinson, 1980. ISBN 9780091420703

Hartley, John, *Understanding News*, Londra, Routledge, 1982. ISBN 9780415039338

Livingstone, Sonia, *Making Sense of Television*, Milton Park, Routledge, 1998. ISBN 9780415185363

Manning, Christopher D., Raghavan, Prabhakar e Schütze, Hinrich, *Introduction to Information Retrieval*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008. ISBN 9780521865715

Murdock, Graham, “Large Corporations and the Control of the Communications Industries”, in Bennett, Tony, Curran, James, Gurevitch, Michael e Wollacott, Janet, *Culture, Society and the Media*, Milton Park, Routledge, 1982. ISBN 9780415027892

Potter, Jonathan, *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1996. ISBN 9780803984110

Sacks, Harvey, *Analisi della Conversazione*, Roma, Armando Editore, 2007. ISBN 9788860811288

Sacks, Harvey, *Lectures on Conversation*, Malden, Blackwell, 1995. ISBN 9781557867056

Schegloff, Emanuel A., Jefferson, Gail e Sacks, Harvey, “A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation”, *Language*, Vol. 50, No. 4, 1974, pp. 696-735. <https://doi.org/10.1353/lan.1974.0010>

Schütz, Alfred, *The Phenomenology of the Social World*, Evanston, Northwestern University Press, 1967. ISBN 9780810103900

Suchman, Lucy A., *Plans and Situated Actions: The Problem of Human-Machine Communication*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987. ISBN 9780521337397

Tuchman, Gaye, *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York, Free Press, 1978. ISBN 9780029329306

van Dijk, Teun A., *Discourse as Social Interaction*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1997. ISBN 9780803978478

van Dijk, Teun A., *Discourse Studies*, Londra, Thousand Oaks Publications, 2011. ISBN 9781848606494