

University of Palermo

Department of Cultures and Societies

The logics of persuasion. Between anthropology and rhetoric

International Conference
April 19 - 20, 2018
Polo Didattico,
Building 19, Multi-medial room A

April 19, 2018

Polo Didattico, Edificio 19, Aula multimediale A

9.30-10.00 Opening

Stefano Montes (University of Palermo), Alessandro Prato (University of Siena)

Anthropology and rhetoric now

Chair: Stefano Montes

10.00-10.30

Alessandro Prato (Università di Siena)

La forza delle parole. Un terreno comune tra retorica e antropologia

10.30-11.00

Roger Davis (Red Deer College, Canada)

The Unthinkable Logic of Autophagy: from Cannibalism to Globalization

11.00-11.30

Coffee-break

11.30-12.00

Flavia Schiavo (Università di Palermo)

Dalla forma urbis ottocentesca alla città contemporanea: la retorica dello spazio e la trasformazione, nella conflittualità tra formale e informale

12.00-12.30

Kacper Andrychowski (Uniwersytet Warszawski, Poland) (my speech on April 19th or 20th in the morning)

The Acquiescence to the Truth — Cicero's II and III Catiline Oration and the Problem of Modern Populism

12.30-13.00

Discussion

13.00-15.00

Lunch

Chair: Alessandro Prato

15.00-15.30

Chi-she Li (National Taiwan University)

Cross-Cultural Rhetoric in Radical Difference: Édouard Glissant's Aesthetics of Opacity

15.30-16.00

Nicola Manghi (Università di Torino)

Antropologia come retorica: un caso di studio

16.00-16.30

Coffe-break

16.30-17.00

Ilaria Bracaglia (Università di Roma La Sapienza)

Racailles

17.00-17.30

Stefano Montes and Gaetano Sabato (Università di Palermo)

Rhetorical strategies in ethnography

17.30-18.00

Riccardo Bertolotti (Sapienza, Roma; Lars - Laboratorio romano di semiotica)

Per un lessico del conflitto. Alcune isotopie dell'affaire Moro

18.00-18.30

Discussion

April 20, 2018

Polo Didattico, Edificio 19, Aula multimediale A

Chair: Fabio Massimo Lo Verde

09.30-10.0

Mario G. Giacomarra (Università di Palermo)

Propaganda, pubblicità e informazione. Dalla persuasione alla dipendenza cognitiva

10.00-10.30

Svitlana Shurma (Tomas Bata University in Zlin, Czech Republic)

The rhetoric of propaganda in British, Czech, and Ukrainian print media of 1960-1965

10.30-11.00

Coffee-break

11.00-11.30

Alessandro Lutri (Università di Catania)

Dalla rivoluzione alla riconversione energetica: la lenta agonia del cane a sei zampe di Gela

11.30-12.00

Simone Ghiaroni (Università di Modena e Reggio Emilia)

La potenza prismatica della rappresentazione: l'immagine di Nostra Signora di Guadalupe

12.00-12.30

Discussion

12.30-14.30

Lunch

Chair: Gaetano Sabato

14.30-15.00

Mayumi Usami (Tokyo University of Foreign Studies)

Persuasion and comfortableness: From the viewpoint of Discourse Politeness Theory

15.00-15.30

Giuseppe Rizzuto (Università di Palermo)

Dietro le lanterne: la logica delle lingue in un'etnografia tra gli abitanti cinesi a Palermo

15.30-16.00

Coffee-break

16.00-16.30

Dominique de Varine (sémioticien)

Apple, l'économie des signes et le pouvoir de la parole

16.30-17.00

Luigi Virgolin (Università di Roma La Sapienza)

Il terremoto di Messina del 1908: strategie enunciazionali per raccontare la catastrofe

17.00-17.30

Discussion

17.30-18.00 Closing remarks

Stefano Montes and Alessandro Prato

The Acquiescence to the Truth – Cicero’s II and III Catiline Oration and the Problem of Modern Populism

Kacper Andrychowski

Uniwersytet Warszawski (Poland)

After the first Catilinarian Oration where Cicero accused Catilina of planning the conspiracy in the second and third Oration, Cicero tried to convince the Roman people that he had a right to condemn Catilina to death. Cicero underlines that it was not just his individual decision but rather a duty he had to the Roman motherland. He names the *mos maiorum* (customs of ancestors) and *res publica* (the country) who were calling him. In those words Cicero is trying to show that his deeds are the deeds of the good, common Roman citizens, i.e. his audience, which Cicero of course wants to represent. He is talking thereby in the name of the people and to disagree with him is to disagree with the nation represented by the people.

This kind of discourse is getting more and more popular in the modern politics where populism becomes a very effective strategy. Populists are always trying to speak in the name of the nation and to represent the nation itself and its thoughts. ‘The truth’ in populist rhetoric is a flowing concept – it shows up only in action or discussion, and the truth is what the majority finds true. It is always related to higher values, like ‘nation’ or ‘morality’, but in truth there is no logical entailment between those values and what the populists are saying.

In my paper I want to analyze the populist motives of Cicero’s speeches and to compare them with the rhetoric of modern populists like Donald Trump or Law and Justice Party in Poland. In particular, I want to stress the usage of the ‘ideographs’, concepts without one given meaning, like *mos maiorum*, which are often used by populists to create the illusive sense of unity between the speaker and the audience.

Per un lessico del conflitto. Alcune isotopie dell'affaire Moro.

Riccardo Bertolotti

Sapienza, Roma; Lars - Laboratorio romano di semiotica

Se ha ancora un senso, nella ricorrenza del quarantennale, interrogarsi su qualche elemento saliente di quello che Sciascia definì subito *l'affaire Moro*, può essere interessante cercare un riferimento nella recente *Relazione* depositata agli atti dell'ultima Commissione parlamentare d'inchiesta. Al di là dell'evidente natura di “palinsesto” che emerge dal labirinto intertestuale stratificatosi a mano a mano nei decenni, l'aspetto che sembra più interessante è il continuo farsi e disfarsi delle ipotesi, delle strategie e delle ricostruzioni messe in campo, di volta in volta, dagli attori diretti del dramma o dal discorso cronachistico o storiografico. Un gioco di interazioni strategiche multilivello che l'ultima ricostruzione ufficiale ha in gran parte ridisegnato e chiarito.

In questa proposta si evidenzia un'estrappolazione minima di lemmi che sembrano individuare altrettante isotopie del conflitto: compromesso, rivolta, infiltrazione, dissuasione. A ciascuno di questi quattro poli corrisponde infatti una linea strategica precisa, agita da una pluralità di soggetti coinvolti ed enfatizzata (o narcotizzata) nel discorso storiografico e nelle testimonianze accumulate. A titolo esemplificativo, l'opposizione tra “compromesso” e “rivolta” è soprattutto quella che vede protagonista Moro stesso sulla scena dell'*affaire*, il quale dalla sua prigionia tenta, come è noto, di tessere il discorso della mediazione, e si rifiuta in seguito alla chiusura operata dalla politica che tenta di squalificarlo in quanto soggetto del suo discorso.

Specularmente possono essere individuate le strategie dei rapitori e del mondo politico. Di particolare interesse risulta inoltre la ricostruzione a posteriori (parzialmente avallata anche dall'ultima *Relazione* parlamentare), che in sede storiografica o giudiziaria si concentra maggiormente sull'osservazione di trame e strategie altre (più o meno contorte o verosimili) sottese

al complesso della vicenda. Un insieme discorsivo, questo, che sembra oscillare di preferenza sulla polarità subalterna “infiltrazione” vs/ “dissuasione”.

Racailles

Ilaria Bracaglia

Università di Roma La Sapienza

Nel corso della mia tesi di laurea triennale e soprattutto di quella magistrale ho indagato le strategie comunicative e mediatiche attraverso cui viene individuata, etichettata e criminalizzata una minoranza. Ho analizzato un caso specifico che in questa sede ripropongo come exemplum (nel senso di Todorov, 1996 e Preve, 2014): la narrazione multimediale e multitestuale (iconica, scritta, orale) del G8 di Genova 2001 nel momento del suo farsi. Guardando alle prospettive di Appadurai 2017, Pepino 2015, Augé 1997, Dal Lago 1999 – ma anche alle testimonianze raccolte nel corso della ricerca sul terreno – ho analizzato i discorsi attraverso cui è stato presentato il *movement of movements*: linguaggio, immagini, stratagemmi retorici che hanno finito col rendere non solo comprensibile, ma auspicabile l’allontanamento e l’eliminazione fisica di chi è stato individuato come “nemico” (cfr Girard 2005, Scheper-Hughes in Dei 2005). Soffero la mia attenzione in special modo sull’analisi della narrazione (iconica e verbale) che il giornalismo mainstream ha elaborato attorno alle vicende del 20 luglio 2001 (dalla “battaglia di via Tolemaide” alla morte di Carlo Giuliani), ma anche dei testi scritti prodotti in ambito giuridico, con particolare attenzione ad individuare il legame linguistico e retorico che intercorre tra queste due narrazioni capaci di trasformarsi a tutti gli effetti in pratiche discorsive, in parole che agiscono nel presente e si trasformano da discorso astratto in prassi. Ho cercato di considerare questo studio di caso come un *exemplum*, un modello efficace per interpretare e decostruire altre pratiche discorsive e i comportamenti sociali che derivano da un simile processo di *labelling*. A tale proposito, dedicherò le conclusioni ad un’esperienza di antropologia applicata che sto realizzando in una scuola media superiore di Roma nel corso del progetto *Diritti umani, questi sconosciuti* organizzato dall’associazione ACAT Italia.

The Unthinkable Logic of Autophagy: from Cannibalism to Globalization

Roger Davis

Red Deer College, Canada

While anthropology has a robust literature about cannibalism and its ensuing debates (Arens, Lestringant, Sahlins, Obeyesekere), the topic of self-cannibalism or autophagy is largely neglected. Arens identifies self-cannibalism in his critique of the “classifiers” of cannibalism, explaining the grotesque nature of the act: “ingesting parts of one’s own body, if that can be imagined” (17-18). Interestingly, Arens relegates autophagy to an imaginary realm bordering on the unthinkable. Given that Arens’ own argument suggests the fictional characterization of cannibal practices, he creates a second unthinkable realm for autophagy. In other words, debates about cannibalism abound, yet there is almost no discussion of autophagy, although Arens, Lestringant, and Obeyesekere all mention, but do not develop, self-cannibalism in their work.

This paper will make an argument by analogy. Specifically, anthropological discourse generally conceptualizes cannibalism as a metaphor for the discovery, exploration, and exploitation of the New World: the Western appetite and imagination are cannibalistic. I will argue that autophagy can be a metaphor that represents the process of globalization, the logical extension of Western colonialism. As the planet becomes increasingly mapped, known, and exhausted, the Western appetite has almost nowhere else to turn but against itself. Drawing upon examples that characterize autophagy as chaotic, irrational, and self-annihilating, I will demonstrate that autophagy is an

appropriate rhetorical figure for understanding current anxieties about the contradictions between capitalism and environmentalism, between globalization and localization. As the title of Amitav Ghosh's book *The Great Derangement* suggests, the unthinkable logic of autophagy offers a future-looking complement to the established debates about cannibalism, one that addresses the pressures of resource management, environmental degradation, and human appetites.

Apple, l'économie des signes et le pouvoir de la parole

de Varine Dominique
Sémioticien

Peu de marque ont jamais dessiné le réel avec autant de verve qu'Apple, comme seul un romancier se l'autorise. L'inventivité technicienne, alliée à un certain génie de l'objet et de son design ne sont pas seuls en cause. Peut-être assistons-nous depuis l'invention de la marque en 1976, soit depuis plus de quarante ans, à l'émergence de quelque chose d'inconnu, où la marque et ses objets seraient parvenus à s'approprier une part du réel, selon deux de ses paramètres fondamentaux pour le sujet : le temps et l'espace. Mais encore, au delà, de s'approprier deux des manières d'habiter ces dimensions : par l'écrit (ordinateur) et la parole (smartphone). Il est remarquable que la marque se soit imposée *sui generis* et dans le monde entier, Amérique, Europe, Asie et Afrique, en tant que référent exclusif des *métiers* du *religare* (communication, connaissance, récit), tous métiers confondus : des sciences humaines au journalisme à la politique, de l'architecture au design et à l'art, de la mode au cinéma à la littérature. Une économie du signe en soutient le déploiement, au delà du design des objets, particulièrement liée à l'identité visuelle et au nom de marque. Avec l'objet, le pouvoir de l'image se fait alors directement le relais du pouvoir de la parole. Je me propose dans mon intervention de donner une description de la rhétorique des signes spécifique signant l'identité Apple, de montrer ensuite le lien de ce système à la logique particulière de la prise de parole.

La potenza prismatica della rappresentazione: l'immagine di Nostra Signora di Guadalupe

Simone Ghiaroni
Università di Modena e Reggio Emilia

Sul monte Tepeyac, a Città del Messico, sorge la Basilica di Nostra Signora di Guadalupe, primo centro di pellegrinaggio cattolico di tutto il Sudamerica. Dentro la Basilica si trova l'immagine miracolosa, apparsa nel 1531 sul mantello del veggente San Juan Diego Cuauhtlatoatzin, della Vergine di Guadalupe, oggetto di venerazione, simbolo e patrona del Messico e dei popoli di lingua spagnola. L'immagine, ritenuta acheropita, è divenuta oggetto di venerazione paragonabile alla Sacra Sindone e ha una lunga storia di usi socio-politici, dalla Battaglia di Lepanto, alle rivendicazioni cattoliche dei primi del '900 contro il governo messicano, all'uso fatto da gruppi femministi. Da cosa deriva la forza di questa immagine? Come suscita credenza e come esercita la sua efficacia? In che modo le viene imputata una sorta di agentività particolare e un'identità complessa? A partire dall'immagine della Vergine di Guadalupe come caso di studio, con i suoi molteplici riferimenti – dalla cultura azteca a cappuccetto rosso – nell'intervento si tratteggeranno i lineamenti di una teoria della "potenza prismatica" di una rappresentazione. Questa potenza è intesa come la proprietà di un'immagine di condensare e stimolare, attivata dall'atto di sguardo dell'osservatore, una complessità di identificazioni culturali legate a una serie di altre immagini, a loro volta potenti, tramite una serie di relazioni significative, nella teoria denominate "forze". Secondo questa visione, una determinata immagine ottiene maggior valore persuasivo ed effetti

socio-culturali in ragione della propria maggior potenza prismatica, ovvero la densità di riferimenti che può mobilitare contemporaneamente nell'osservatore.

Propaganda, pubblicità e informazione. Dalla persuasione alla dipendenza cognitiva.

Mario G. Giacomarra
Università di Palermo

Sulle forme della persuasione si incentra una ricca letteratura che rientra in gran parte nella cosiddetta *Communication Research* americana dagli anni Venti ai Cinquanta del Novecento e che in Europa viene ripresa successivamente nell'ambito della sociologia della comunicazione. Qui vengono formulate le *Teorie degli effetti dei media*, a partire dall'effetto di manipolazione nella cui definizione rientrano prospettive proprie della Scuola di Francoforte successive al trasferimento in USA (Horkheimer e Adorno, Marcuse); segue l'effetto di influenza, in gran parte d'impostazione sociologica, in cui sono Katz e Lazarsfeld a dare i più importanti contributi; rimane per ultima la persuasione, effetto studiato per la gran parte da psicologi sociali come Carl Hovland, che si rivela di grande significato per gli sviluppi successivi della disciplina.

La persuasione, per come la si intende e per come appare delinearci, non appare un processo meccanico e deterministico (come nella psicologia *behaviourista*) ma l'esito di azioni selettive del destinatario: egli fa propri i messaggi e si comporta di conseguenza solo se essi rispondono a proprie esigenze di vita; allora e solo allora finisce con l'adeguarsi i suoi comportamenti.

La seconda parte del nostro intervento si incentra sul nuovo genere di effetti dei *mass media* quali vengono scoperti e fatti oggetto d'attenzione in Germania a partire dagli anni Settanta (Noelle Neumann). Si tratta di effetti a lungo termine non più dipendenti da singole campagne elettorali o pubblicitarie, puntuali e limitate nel tempo, ma bensì dal fatto stesso di convivere con i *media*, che si tratti di *fiction*, informazione o *entertainment* al punto che si è arrivati a parlare di dipendenza cognitiva dai *media* connessa a una forte riscoperta del *media power*. Qui vengono introdotti in tutta la loro ricchezza di significato effetti a lungo termine dipendenti dall'informazione e da altre componenti dell'universo dei *media*: l'*agenda setting* e la spirale del silenzio sono i primi a venire in mente: si tratta ancora di persuasione? di influenza? O non è il caso di dire che la dipendenza cognitiva dai *media*, in assenza di esposizione alla realtà dei fatti, espone noi tutti nuovi e ben più forti effetti di manipolazione?

Cross-Cultural Rhetoric in Radical Difference: Édouard Glissant's Aesthetics of Opacity

Chi-she Li
National Taiwan University

In the communication with the Other, Diane Davis in *Inessential Solidarity* (2010) examines the condition that enables the rhetorical persuasion with "the foreign (er) without which no meaning-making or determinate (symbolic) relation would be possible." This paper seeks to argue that *Poetics of Relation* (originally published in French 1990) by the Martinican writer/thinker Édouard Glissant proposes another model that addresses the question raised by Davis, based on what he terms "opacity." This concept allows Glissant to reshape the rhetorical condition from that of a subject addressing the other to that of performing singularity.

The discussion will be composed of two parts. The first part deals with the formation of Glissant's theory in the historical condition of colonial alterity. Here I will trace how Glissant's thoughts evolve—on the interaction between linguistic articulation and the material environment of cultures and nature on the island of Martinique—in the key term opacity. Importantly, a mode of poeticized

theorization encourages Glissant to explore, since the fifties to the new millennium, the abiding concern of how to recognize properly peoples in Martinique and elsewhere. Not conducting a thorough examination of his oeuvre, rather, this paper focuses on three major theory works, including *The Poetic Intent*, *Caribbean Discourse* and *Poetics of Relation*, to map how Glissant consolidates in the changing meanings of the key word opacity his various concerns of reclaiming his peoples and his lands.

The second part will thematize the aesthetics of opacity as an innovative form of cross-cultural persuasion. Glissant characterizes the inevitably elusive middle ground of a cultural encounter by the term "the other of Thought." This is not a deconstructive extension of the idealistic philosophy of the self; rather, it is a switching to the ontological groundings of humans, languages, cultures, and thinking, to humble one into recognition of what language has not yet captured but could. The other of thought, or radical difference, is what Davis might call rhetoricity, the condition for persuasion. However, while Davis draws on Jean-Luc Nancy's concept of being exposed, I point the attention to Glissant's "opacity," a recognition and practice of radical difference. Couched in a "vitalist cosmology," Glissant's aesthetics of opacity is more than a post-colonial self defense; rather, it is also a flourishing of relationships, to present the dynamic ecologies of exchange, cohabitation and generativeness, among those that can include peoples of different shades of color, cultures of different shades in the landscapes of compelling shifts.

Dalla rivoluzione alla riconversione energetica: la lenta agonia del cane a sei zampe di Gela

Alessandro Lutri

Università di Catania

La scoperta, nella seconda metà degli anni Cinquanta, della presenza nel sottosuolo di Gela del petrolio e del gas (sulla terraferma e in mare) fu narrata mitopoieticamente a cavallo degli anni Sessanta attraverso l'immaginario visuale messo in campo dall'Eni (ben cinque documentari d'autore) che la presentò come un'opportunità per far correre anche a questo territorio arretrato e tradizionale la folle corsa verso la rivoluzione energetica e industriale (petrocapitalismo).

La parabola della folle corsa del petrocapitalismo a Gela ha avuto vita breve, sino alla metà degli anni Ottanta, quando la crisi internazionale del petrolio della metà degli anni Settanta si farà drasticamente sentire anche da queste parti, date le relazioni di dipendenza del territorio verso le attività industriali dell'Eni, causante la lenta agonia dell'economia (drastiche riduzioni occupazionali) e delle condizioni ambientali di questo territorio.

Come strategia per cercare di persuadere il territorio dell'opportunità di salvarsi dalla situazione di agonia industriale e ambientale (vedi la paventata dismissione delle attività industriali), l'Eni ha messo in campo una nuova narrazione mitopoietica, quella della riconversione energetica. Prendendo in esame alcuni dei materiali con cui le due narrazioni (quella della rivoluzione e quella della riconversione energetica) vengono sostenute dall'Eni attraverso segni iconici e linguistici (immagini cinematografiche, testi di sceneggiatura, report e testi aziendali), si intende problematizzare la questione del potere agentivo delle parole e immagini proposte da questa multinazionale energetica nell'ambito dei peculiari contesti storico-sociali in cui essa si è trovata ad operare.

Antropologia come retorica: un caso di studio

Nicola Manghi

Università di Torino

Il programma di clinica legale sul diritto d'asilo dell'Università di Torino, che ormai già da tre anni coinvolge studenti di giurisprudenza e di antropologia, costituisce un caso di studio particolarmente interessante per ragionare sui rapporti tra antropologia e retorica. Durante tale esperienza gli studenti, in gruppi di tre (due giuristi, un antropologo), seguono una pratica di richiesta d'asilo con l'obiettivo di scrivere la memoria legale del richiedente – un documento nel quale si dettagliano le vicende che hanno condotto alla fuga da paese d'origine e che può essere allegato alla domanda stessa. Nel processo di costruzione della memoria legale l'aspetto centrale è quello della *performatività*: il documento deve funzionare di fronte alla commissione che valuterà il caso – in altri termini, deve essere *persuasivo*. In questo contesto, l'antropologia è convocata in quanto disciplina che si immagina in grado di aumentare la persuasività della memoria legale: gli studenti sono chiamati a fare *dell'antropologia una retorica*. Nella pratica degli studenti coinvolti in questa esperienza ritorna, aperto, un problema classico dell'antropologia postmoderna, oggi parzialmente sopravanzato da altri dibattiti: quello della performatività della scrittura antropologica. Tale problema si manifesta principalmente nello spaesamento che pressoché tutti gli studenti di antropologia riportano, e nelle difficoltà di vario genere che essi riscontrano nel tentativo di posizionarsi in un campo per loro talmente insolito. L'osservazione della clinica legale sul diritto d'asilo offre dunque una prospettiva interessante per gettare sui temi della performatività e della persuasione uno sguardo nuovo, nutrito dalle sfide del presente e dal ruolo che l'antropologia può giocare al loro interno.

Rhetorical strategies in ethnography

Stefano Montes and Gaetano Sabato

Università di Palermo

This paper aims to propose an analysis of the introduction written by James Clifford's for *The Predicament of Culture*. By exploring such a paratext, our study investigates some rhetorical modalities through which an anthropologist creates literary effects and theoretical connections. In his introduction, Clifford uses different literary genres (from poetic to scientific writing) and it represents a way to reflect critically on some theoretical problems. His paratext focuses on several fundamental topics: symbolic practices, the sense of memory and history, the dynamics of representation and of auto-representation, and so on. As a consequence, Clifford's introduction allows us to follow "how" a post-modernist anthropologist makes up not only his text through rhetorical strategies but also how he conceives his theoretical objects. Anthropological theory and rhetorical strategy are thus connected by the author producing a text that is representative of Clifford's "process of thought" and reflects also rhetorical effects exerted upon readers.

La forza delle parole. Un terreno comune tra retorica e antropologia

Alessandro Prato

Università di Siena

L'intervento si propone di mettere in evidenza e analizzare due principali temi che accomunano la retorica e l'antropologia, discipline per altri versi invece molto eterogenee per campo di indagine e metodologie adottate. Il primo elemento in comune riguarda le forme e le modalità del linguaggio verbale: per la retorica, fin dalla sua fondazione e, successivamente, a partire dalla sistematizzazione aristotelica, il punto centrale di riferimento è stato il discorso orale, anche se in quanto scienza o arte, essa era e doveva essere un prodotto della scrittura. Al centro del suo interesse si colloca il discorso pubblico o oratoria che rimase per secoli, anche in culture chirografiche e tipografiche, il paradigma di ogni tipo di discorso, compreso quello scritto. Del resto

anche i celebri discorsi dei retori latini come Cicerone sono stati pensati per essere pronunciati oralmente, e solo molto tempo dopo sono stati trascritti, non essendo pratica comune all'epoca, se non per gli oratori incompetenti, parlare servendosi o facendo riferimento a un testo scritto. Analogamente per l'antropologia l'espressione orale ha rappresentato un campo d'indagine privilegiato perché essa può esistere ed è prevalentemente esistita a prescindere dalla scrittura, la scrittura invece non può fare a meno dell'oralità che costituisce infatti le sue fondamenta. A partire dagli studi di Ong e Geertz sono state enucleate le proprietà peculiari dell'oralità - come la ridondanza, la paratassi, l'amplificazione, la concretezza - che costituiscono un ambito di ricerca particolarmente interessante e fecondo anche per lo studioso di retorica. Il secondo elemento in comune si riferisce invece al potere della parola, ai fattori e alle condizioni che la rendono efficace, alle sue potenzialità persuasive. La persuasione - il fenomeno che, senza alcuna coercizione, induce le persone a sostenere un'opinione oppure ad assumere un comportamento che prima non avevano o, in altri casi, a cambiare l'opinione in cui credevano o il comportamento in cui si riconoscevano - è al centro dell'interesse sia di tutti i classici della retorica, da Aristotele a Perelman, sia di uno dei più significativi esponenti della ricerca antropologica come Lévi-Strauss.

Bibliografia di riferimento:

- Aristotele, *Ars Rhetorica*, Recognovit brevique adnotatione critica instruxit W. D. Ross, Oxford, Clarendon Press, 1959.
- Geertz C. (1973) *The interpretation of cultures*, New York, Basic Books.
- Lévi-Strauss C. (1964) *Anthropologie structurale*, Paris, Plon.
- Ong W. J. (1977) *Interfaces of the words*, Ithaca, Cornell University Press.
- Id. (1982) *Orality and Literacy*, London and New York, Methuen.
- Piattelli Palmarini M. (1995) *L'arte di persuadere*, Milano, Mondadori.
- Prato A. (2012) *La retorica. Forme e finalità del discorso persuasivo*, Pisa, ETS Edizioni.
- Seppilli A. (1962) *Poesia e magia*, Torino, Einaudi.
- Tullio Altan C. (1971) *Manuale di antropologia culturale*, Milano, Bompiani.

Dietro le lanterne: la logica delle lingue in un'etnografia tra gli abitanti cinesi a Palermo

Giuseppe Rizzuto

Ricercatore indipendente

Il campo delle ricerche etnografiche è sempre costruito anche attraverso le lingue che lo abitano. A volte l'antropologo non conosce la lingua dei suoi interlocutori, a volte si utilizzano delle forme di mediazione linguistiche, altre volte degli interpreti locali. Il mio intervento intende riflettere sul peso che, all'interno della ricerca etnografica da me svolta tra i migranti cinesi a Palermo, ha avuto la possibilità di relazionarmi direttamente in lingua cinese con i miei interlocutori. La conoscenza linguistica è stata una delle condizioni di accesso al campo e dell'interpretazione di esso. Le competenze linguistiche hanno determinato il mio posizionamento in quanto ricercatore, la costruzione della relazione con gli interlocutori, il modo in cui sono stato implicato nel campo. L'utilizzo del cinese standard, dell'italiano, dei dialetti cinesi durante la ricerca non sono mai stati, infatti, elementi neutrali del discorso che si costruiva. Dawei parla male cinese, s'imbarazza, all'inizio non vuole partecipare alla ricerca; Xiaoyu alterna italiano e cinese per entrare in uno spazio narrativo che corrisponda al senso del suo racconto; Marta, giovane cinese cresciuta in Italia, fa fatica a spiegarsi sia in italiano che in cinese; Yifei sente di non riuscire più a capire i suoi amici quando torna in Cina. Le scelte verbali e non verbali - consapevoli e non - mettono in scena le gerarchie sociali, le distanze tra i cinesi migranti e i cinesi in Cina, le differenti identità tra i cinesi presenti a Palermo provenienti da luoghi diversi della Cina. Le relazioni tra i soggetti in campo si presentificavano nella polifonia dei linguaggi, delle parole sino ad alcune costruzioni logiche-sintattiche specifiche. Le parole dei miei interlocutori si mostrano in tal modo efficaci o non

efficaci, vengono percepite come strumenti di potere e azione nei contesti quotidiani sino a divenire dispositivi politici nella creazione di particolari legami e strategie sociali. Il mio intervento intende gettare uno sguardo sulle logiche retoriche dentro le cornici linguistiche presenti a cavallo tra l'Italia e la Cina, cercando di mettere in evidenza le dinamiche persuasive tra i gruppi sociali e i singoli individui.

Dalla forma urbis ottocentesca, alla città contemporanea: la retorica dello spazio e la trasformazione, nella conflittualità tra formale e informale

Flavia Schiavo

Università di Palermo

Il contributo, guardando lo Spazio come “testo visuale” – “la città è una scrittura”, come ha sostenuto V. Hugo – certamente dotato di struttura, esplora due città, Parigi e New York. Esse, a partire da alcuni interventi accaduti durante il XIX secolo, hanno consolidato una specifica identità che

- nel caso di Parigi rompe con la storia pregressa (i Grands Travaux di Haussmann e Napoleone III, agiscono infatti per sventramenti, diradamenti e attraverso la edificazione di elementi monumentali sia puntuali che a rete) pur presentando elementi di continuità,

- mentre per quanto attiene New York City la trasformazione configura una sorta di città di fondazione, anch'essa dotata di una precipua identità, non basata sulla Storia e sulla continuità, né sulle geometrie proprie di un progetto unitario.

La comparazione mostra come due “retoriche” totalmente differenti, dotate di potere comunicativo per certi versi antitetico, hanno dato vita a una città monumentale nel caso di Parigi e ad una città antimonumentale per quanto riguarda NYC. Nella prima, la retorica dello spazio si fonda su alcuni elementi e strategie, nella seconda su elementi e strategie nettamente differenti. Il “potere” espresso dalle due configurazioni spaziali non solo si avvale di linguaggi differenti e dunque di retoriche dissimili e di diverse strategie “persuasive”, ma attiva una differente reazione degli abitanti sullo spazio urbano, nel corso del tempo, manifestando dissimili modelli di appropriazione dello spazio stesso (cancellare e riscrivere; intervenire modificando). Un esempio assai significativo, che il paper affronta, sebbene in sintesi, è quello della street art, diversamente presente e distribuita nelle due città, che può esser osservata anche come una risposta contemporanea alle “retoriche” che ab origine e nel corso delle grandi trasformazioni della fine dell'Ottocento, le città hanno posto in essere.

The rhetoric of propaganda in British, Czech, and Ukrainian print media of 1960-1965

Svitlana Shurma

Tomas Bata University in Zlin, Czech Republic

Propaganda is often nowadays regarded as a negative term that presupposes manipulation through lies, deceit and brainwashing (Cull et al. 2003: xv). It is always a means that ideology uses to bring the ideas into mass. As ideology tends to be “organized and systematic” (Charteris-Black 2011: 21), propaganda becomes a rhetoric tool (Stanley 2015) that sets the ideas and views in a way suitable for the dominant political force. When abused, propaganda turns into an “art of total deception” (Stanley 2015: 5), and media, in this respect, works best for it serves as the mouthpiece of the

power. Chomsky in his book on media control determined the function of propaganda: “So we need something to tame the bewildered herd, and that something is ... the manufacture of consent” (Chomsky 2002: el-ref). The rhetoric of propaganda relies on the “rubber stamps” (Bernays 1928: 20) that a society is exposed to on a daily basis through media reports and broadcasts. In this respect we see propaganda as a type of violence, that comes from “the word” (sensu Ricoeur 1998). Since violence presupposes power and control over the body, behaviour, feelings and thoughts (Gulina 2010:43) of its victim, propaganda becomes a verbal manifestation of this type of control. The study looks at 1960-1965 British and Soviet Ukrainian and Czech propaganda in press through manipulating of facts and using the language as the means of this manipulation. I specifically focus on metaphorical representations (Kövesces 2002; Lakoff and Johnson 2003) of major events which were used for propagating, such as African conflicts, Cold War and others.

Bernays, Edward L. 1928. Propaganda. New York: Horace Liveright.
<https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english.pdf> (Accessed on 18 March 2018)

Charteris-Black, Jonathan. 2011. Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor. 2nd ed. Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.

Chomsky, Noam. 2002. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. 2nd edition. New York: Seven Stories Press. E-book.

Cull, Nicholas J., David Culbert, and David Welch. 2003. Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the present. Santa Barbara: ABC-Clio.

Gulina, Marina. 2010. Slovar-spravochnik po sotsialnoj rabote [Welfare Work Reference Book]. St. Petersburg: Piter.

Kövesces, Zoltan. 2010. Metaphor: A Practical Introduction. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press.

Lakoff, George and Mark Johnson. 2003. Metaphors We Live By. 2nd ed. London: University of Chicago Press.

Ricoeur, Paul. 1998. Violence and Language. Journal of French and Francophone Philosophy [S.l.], 10(2), 32-41. doi: <http://dx.doi.org/10.5195/jffp.1998.410>.

Stanley, Jason. 2015. How Propaganda Works. Princeton: Princeton University Press.

Persuasion and comfortableness : From the view point of Discourse Politeness Theory

Mayumi Usami

Tokyo University of Foreign Studies

In this paper, I first introduce the essences of the Discourse Politeness Theory (DPT), which is based on the results of a series of empirical studies on discourse behavior in naturally occurring conversations (Usami, 2006, 2011 etc.). Discourse Politeness Theory (DPT) is a framework which incorporates the notion of such as “discourse default”, “marked and unmarked politeness” and “discrepancy in estimations (the difference between the speaker's and hearer's estimation of the degree of Face Threat of the speaker's act)”, and is closely related with the comfortableness of any kind of human communication. Therefore, I have been proposing that politeness in human interactions should be captured from a more macro-global perspective including discourse-level behavior in addition to a micro-local level of linguistic behavior. I also discuss that Discourse Politeness Theory includes the factors, such as the concepts of “face-balance principle” and the factors of “speaker's desire to save his/her own faces in addition to the hearer's face considering politeness”, the influence of “presence of bystanders” to (im) politeness, and “time” factor. The sense of “Politeness” which was first defined by Brown and Levinson (1987) and used in Discourse Politeness Theory is closely related to “comfortableness” in its ordinary sense. In Discourse

Politeness Theory, persuasion and its consequence is especially related to the comfortableness of the hearer in addition to the logics of persuasion. There is a saying of “people are not moved by logics” in Japanese. In the presentation, I will argue how the process and outcome of the persuasion can be analyzed by the framework of Discourse Politeness Theory. I will also try to contribute to the logics of persuasion by shedding light on the different aspects of the logics of persuasion.

Brown, P. & S. C. Levinson (1987) *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press

Usami, M. (2011) *Discourse Politeness Theory and second language acquisition,*” In Wai Meng Chan, Kwee Nyet Chin and Titima Suthiwan. (eds.) *Foreign Language Teaching in Asia and Beyond: Current Perspective and Future Direction*. De Gruyter Mouton: 45-70

Usami, M. (2006) *Discourse politeness theory and cross-cultural pragmatics*. In Asako Yoshitomi, Tae Umino and Masashi Negishi. (eds.) *Usage-Based Linguistic Informatics 4: Reading in second language pedagogy and second language acquisition in Japanese context*, John Benjamins Publishing Company: 19-41

Il terremoto di Messina del 1908: strategie enunciazionali per raccontare la catastrofe

Luigi Virgolin

Università di Roma La Sapienza

Nel 1908 un terremoto rase al suolo Messina e Reggio Calabria, causando 80.000 vittime. Fu un evento epocale capace di richiamare a sé tutti i principali mezzi di comunicazione del tempo. Il paradosso è che alla copertura mediatica per l'epoca fuori dall'ordinario – a disposizione dell'analisi una messe di film non-fiction e fotografie, reportage giornalistici e illustrazioni grafiche – non corrisponde affatto una adeguata restituzione degli eventi, che anzi precipitano da subito in una nebbia semantica chi tali testi volesse interrogare. Come la giurisdizione ordinaria viene sospesa in virtù della dichiarazione dello stato d'assedio, in maniera analoga sul piano comunicazionale si instaura una corrispondenza con quanto avviene abitualmente in regime di conflitto: la veicolazione del senso si fa estremamente critica e soggetta a forme di manipolazione. Se per i simulacri dell'enunciatore e dell'enunciatario la dimensione cognitiva e quella sensoriale si rivelano dei canali ostruiti o quantomeno di difficile attraversamento e decodifica, i testi verbali e visivi sul terremoto (ri)trovano ampiamente la loro efficacia persuasiva sul terreno del patemico. Parimenti, la distanza e l'inaccessibilità all'evento avvertite dall'osservatore su un registro strettamente narrativo, sono annullate con dispositivi argomentativi che convocano l'enunciatario sulla scena della catastrofe, partecipe ignaro dei fatti senza averne pressoché notizia. Il contributo evidenzia quelle strategie enunciazionali funzionali, in un contesto straordinario, alla costruzione di un preciso sistema di valori. Con particolare attenzione all'iconografia e alla collaborazione tra parola e immagine in chiave di drammatizzazione, ai tropi ricorrenti e attivate da una più generale pratica retorica, al ricorso a temi e figure cariche di effetti di camuffata soggettività. L'ipotesi di fondo è che il riconoscimento della competizione tra strati testuali all'interno dello spazio discorsivo consenta di individuare motivazioni e finalizzazioni della pratica argomentativa all'interno di una strategia inglobante.