



UNIVERSITÀ DI PISA

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

VINCENZO MELE

Anno accademico 2018/19
CdS SCIENZE POLITICHE
Codice 062QQ
CFU 6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE	SPS/08	LEZIONI	42	VINCENZO MELE

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il corso si dedica alla analisi sociologica dell'immaginario della cultura di massa, dalla sua nascita nelle metropoli ottocentesche fino alla sua definitiva affermazione contemporanea. Durante le lezioni ci soffermeremo in dettaglio sull'analisi e il commento di alcuni concetti chiave dei sociologi classici (Marx, Weber, Simmel, Durkheim) che offrono una serie di chiavi interpretative ancora attuali per analizzare le questioni fondamentali dell'immaginario moderno, postmoderno e digitale.

Modalità di verifica delle conoscenze

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del Reg. did. di Ateneo. Data la particolare natura del corso che si fonda sul commento del materiale visuale, la frequenza è vivamente consigliata.

Capacità

Lo studente sarà in grado di analizzare in modo critico alcune figure dell'immaginario della cultura di massa moderna, postmoderna, digitale.

Modalità di verifica delle capacità

Le conoscenze saranno verificate attraverso un confronto continuo in aula e nella prova orale finale.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

È caldamente consigliato aver sostenuto l'esame di storia e teoria sociologica.

Indicazioni metodologiche

Le lezioni saranno strutturate in modo da consentire la partecipazione attiva degli studenti. Oltre alle lezioni frontali, quindi, saranno proposti temi di discussione in linea con gli obiettivi del corso. Sarà attivata una pagina del corso sulla piattaforma e-learning dell'ateneo in modo da rendere più agevole la condivisione del materiale didattico (presentazioni power point, articoli scientifici, documenti video, etc.).

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il corso si dedica alla analisi sociologica dell'immaginario della cultura di massa, concentrandosi in maniera monografica sulla storia del concetto di industria culturale, dalla sua nascita nelle metropoli ottocentesche fino alle sue declinazioni nella cultura digitale contemporanea. Durante le lezioni ci soffermeremo in dettaglio sull'analisi e il commento di alcuni passaggi chiave dei sociologi classici (Marx, Weber, Simmel e Durkheim), che offrono una serie di chiavi interpretative ancora attuali per analizzare l'immaginario moderno e postmoderno. Questo approccio consente di evitare una frequente distorsione delle teorie della comunicazione: quella di concentrarsi unicamente sul presente, rimanendo invischiati negli aspetti più tecnici dei sistemi comunicativi, sottovalutando la loro componente eminentemente culturale, che è data da sedimentazioni di generi e linguaggi diversi succedutisi nei diversi tempi storici. La metropoli è il luogo sociale e culturale della modernità dove i problemi fondamentali della comunicazione moderna si sono manifestati in maniera imponente e paradossale. È nella metropoli tra Otto e Novecento che ha avuto origine quel flusso ininterrotto di suoni, segni e immagini che riempie la vita quotidiana della maggior parte degli abitanti del nostro pianeta. In quel periodo si sono verificati imponenti trasformazioni del paesaggio urbano (la nascita delle architetture del consumo, come i passages e i grandi magazzini); mutamenti nel campo dell'estetica, della cultura e del costume grazie alla diffusione della moda, della pubblicità e dei giornali quotidiani; la trasformazione della percezione dello spazio e del tempo a seguito delle grandi innovazioni tecniche come la ferrovia, l'illuminazione artificiale, la radio, il telefono, la fotografia, il cinema. Tali mutazioni hanno investito direttamente i vissuti dei soggetti che abitano la metropoli modificandone i linguaggi, le relazioni, i comportamenti. È dunque in questo contesto che ha preso avvio quel processo di radicale trasformazione dei modi e delle forme dell'esperienza che oggi, grazie alla presenza sempre più pervasiva di media e New media,



UNIVERSITÀ DI PISA

vive continui e rinnovati sconvolgimenti.

Il corso prevede una parte storico-teorica ed una parte di sociologia visuale. La prima parte del corso è dedicata alla storia e alla sociologia dell'immaginario moderno e postmoderno, con l'analisi e il commento puntuale dei concetti fondamentali di Marx (feticismo della merce), Weber (razionalizzazione e salvezza), Durkheim (il sacro e il rito), Simmel (la forma dell'associazione), Benjamin (l'immagine dialettica), Adorno (l'industria culturale). Sulla base dell'elaborazione di questi autori e dello sviluppo contemporaneo di queste teorie, verranno analizzati alcuni materiali video rappresentativi dell'immaginario moderno (Tempi Moderni di C. Chaplin), postmoderno (Blade Runner di R. Scott) e digitale (Black Mirror).

Bibliografia e materiale didattico

Testi d'esame

- Abruzzese, P. Mancini, *Sociologie della comunicazione*, Bari, Laterza 2011 (Introduzione, cap. 1: par. 1.1, 1.3, cap. 2, cap. 3)
- Grassi, *Introduzione alla sociologia dell'immaginario*, Guerini e Associati, Milano, 2006.
- Materiale presente su Moodle
- Appunti presi e materiale video visualizzato in classe. Particolare importanza verrà data ai testi dei sociologi classici (Marx, Weber, Durkheim e Simmel) e contemporanei (Benjamin, Adorno, MacLuhan, Harvey) commentati in classe. Per chi non è in grado di seguire con costanza è preferibile il corso per non frequentanti.

Indicazioni per non frequentanti

Per gli studenti non frequentanti è possibile portare un programma alternativo sul tema *La metropoli come piattaforma espressiva della modernità*.

Testi d'esame

1. Abruzzese, P. Mancini, *Sociologie della comunicazione*, Laterza, Bari, 2011 (solo le parti indicate a lezione e nella guida alla preparazione dell'esame, disponibile sulla homepage del docente).
2. Benjamin, *Aura e choc. Saggi sulla teoria dei media*. Torino, Einaudi, 2012: solo i saggi alle pp. 17-50 (*L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*), pp. 163-202 (*Di alcuni motivi in Baudelaire*), pp. 372-386 (*Parigi, la capitale del XIX secolo*). Sono incluse le introduzioni di A. Pinotti e A. Somaini alle pp. IX-XXVIII, 5-13, 115-125, 345-360.
3. Simmel, *Le metropoli e la vita dello spirito*, Roma, Armando 1995 (obbligatoria l'introduzione di P. Jedlowski, pp. 7-33) e G. Simmel, *La moda e altri saggi di cultura filosofica*, Longanesi, Milano 1985, pp. 29-52. I saggi di Simmel sono pubblicati anche in G. Simmel, *Moda e metropoli*, Prato, Piano B Edizioni, 2011.
4. M. Horkheimer, T. W. Adorno, *L'industria culturale*, in *Dialettica dell'illuminismo*. Torino, Einaudi, 2010, pp. 126- 181.

(PS: i materiali per questo corso non saranno disponibili su moodle).

Propedeuticità: sociologia generale.

Modalità d'esame

L'esame consiste in una prova orale, condotta secondo i criteri di cui all'art. 23 del Reg. did. di Ateneo. Data la particolare natura del corso che si fonda sul commento del materiale visuale, la frequenza è vivamente consigliata.

Note

Particolare importanza verrà data ai testi dei sociologi classici (Marx, Weber, Durkheim e Simmel) e contemporanei (Benjamin, Adorno, MacLuhan, Harvey) commentati in classe. Per chi non è in grado di seguire con costanza è preferibile il corso per non frequentanti.

Ultimo aggiornamento 29/05/2019 10:36