

Michela Nacci

TEORIA E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE DI MASSA

Il modulo verte sui concetti chiave della riflessione teorica e politica contemporanea sui mezzi di comunicazione di massa e sulle implicazioni culturali del loro sviluppo.

Il contenuto del modulo cambia ogni anno.

COMUNICAZIONE DI MASSA

Che cos'è?

E' una comunicazione che va da **uno** a **molti** ed è **sempre mediata dalla tecnologia**.

A che cosa serve conoscerla?

Caratterizza in modo forte **l'epoca contemporanea**.

Ne metteremo a fuoco **due** elementi:

- le interpretazioni che ne sono state offerte nel corso del tempo (**teorie**);
- la tecnologia utilizzata per realizzarla o per modificarla (**tecniche**).

MASSA E PUBBLICO

Che cos'è la **massa**? Individui che stanno gomito a gomito, occasionalmente o in modo stabile.

E il **pubblico**? E' una massa dispersa.

Come sono nati?

Quali sono le loro dinamiche?

Per analizzare meglio questi due concetti prenderemo in esame le teorie di **Gustave Le Bon** e di **Gabriel Tarde**.

LA PSICOLOGIA COLLETTIVA

La psicologia **collettiva** parla del comportamento delle persone quando stanno insieme, cioè quando formano una **massa**.

Ripercorriamo il cammino della psicologia collettiva da metà Ottocento a oggi. Saranno presentate le teorie di:

Sighele, Freud, Ortega y Gasset, Horkheimer-Adorno, Riesman, Canetti.

GIORNALE

Il primo e più classico mezzo di comunicazione di massa è il **giornale**.

Nascita ed evoluzione dei **quotidiani e dei periodici**.

Come sono cambiati nel corso del tempo.

CINEMA

Un intellettuale francese nel 1930 va al cinema e grida all'**assassinio**.
Assassinio di che cosa? Della *cultura*.

Tecnica e cultura: le reazioni degli **intellettuali**.

Le reazioni del pubblico.

Mutamenti tecnologici e storia del cinema.

TECNICA

Nel corso del Novecento, la **tecnica** è stata interpretata come fonte di **salvezza** o di **catastrofe**, come il motore del **progresso** o come il preludio alla **fine della civiltà**.

Ne mostreremo alcuni esempi attraverso questi autori:

Martin Heidegger,

John Dewey,

Italo Svevo,

Filippo Tommaso Marinetti.

RADIO

La radio è il **mondo per l'orecchio**.

Che cosa accade quando appare un **nuovo** medium?

Come venne accolta la radio.

Come è cambiata.

TELEVISIONE

L'invenzione della televisione: un **medium** che non doveva avere successo.

Il **mondo** in casa.

La TV fa bene o male? E' un mezzo di comunicazione passivizzante?

INTERNET

Internet **non è** un mezzo di comunicazione di massa.

Ne parliamo proprio per mostrare la sua differenza rispetto agli altri.

Si tratta di una comunicazione:

interattiva,

in tempo reale,

a basso costo.

Comunità virtuali, reti, mappe.

LE TEORIE DELLA COMUNICAZIONE DI MASSA

Iniziamo ora a esaminare quali sono le più importanti teorie della comunicazione di massa. La prima è quella della **Scuola di Francoforte**, un gruppo di studiosi tedeschi che emigrano negli Stati Uniti negli anni Trenta. Insieme, presenteremo la teoria di **Guy Debord** sulla società dello spettacolo.

TEORIE 2

Esaminiamo adesso le **teorie sociologiche classiche** sulla comunicazione di massa:

la teoria ipodermica, la teoria empirico-sperimentale, la teoria funzionalista, la teoria culturologica, le teorie comunicative.

In anni più vicini a noi, la comunicazione di massa è stata studiata da nuovi punti di vista:

l'etnografia del consumo, la teoria dei generi, le ipotesi sull'influenza di medio e lungo periodo.

TEORIE 3

Presentiamo l'interpretazione di **Marshall Mc Luhan**, con la sua distinzione fra *media caldi* e **media freddi**.

Uno degli interpreti attuali più interessanti, sulla scia di Mc Luhan, è **Joshua Meyrowitz**.

TEORIE 4

Negli ultimi anni una delle teorie della comunicazione di massa che ha colpito di più l'attenzione è stata quella avanzata da **Jean Baudrillard**.

Parleremo della sua teoria del **simulacro** e della sua interpretazione della **guerra del Golfo**.

I MACROSISTEMI

La **tecnologia** è una parte essenziale della comunicazione di massa: senza, essa non potrebbe esistere.

Vediamo allora come funziona la tecnologia attuale con la teoria dei macrosistemi tecnici o sistemi tecnici complessi.

Da **Thomas Hughes** a **Alain Gras**.

POLITICHE DELLA COMUNICAZIONE

La comunicazione è un elemento essenziale della politica.

Ma è vero anche che:

la politica è un elemento essenziale della comunicazione.

Discuteremo di **libertà** di comunicazione e usi della **propaganda** in situazioni politiche diverse (democrazie, dittature, rivoluzioni) e in autori che vanno da **John Stuart Mill** a **Walter Lippman**, fino al movimento **cyberpunk**.

INFORMAZIONI PRATICHE

Si tratta di modulo di 30 ore.

Fornisce 5 crediti.

Si svolge nel IV ciclo didattico.

lezioni:

lunedì ore 16-18

martedì ore 11-13

mercoledì ore 10-12

ricevimento studenti:

martedì ore 17-18

L'ESAME

Per sostenere l'esame è necessario leggere due volumi fra quelli indicati:

- R. Arnheim, *Radio l'arte dell'ascolto*, Roma, Editori Riuniti, 2000;
- P. Breton, *L'utopia della comunicazione*, Torino, Utet, 1996;
- M. Castells, *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli, 2002;
- G. Debord, *La società dello spettacolo*, Milano, Baldini & Castoldi, 1997;
- I. De Sola Pool, *Tecnologie di libertà*, Torino, Utet, 1995;
- J. Dewey, *Scritti politici*, Roma, Donzelli, 2003;
- A. Feenberg, *Tecnologia in discussione*, Milano, ETAS, 2002;
- R. Grandi (a cura di), *Il pensiero e la radio*, Milano, Lupetti, 1995;
- A. Gras, *Nella rete tecnologica*, Torino, UTET libreria;
- J. Habermas, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari, Laterza, 2000;
- M. Horkheimer, T.W. Adorno, *Dialettica dell'illuminismo*, Torino, Einaudi, 1997;
- W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, Roma, Donzelli, 1995;
- C. Marvin, *Quando le vecchie tecnologie erano nuove*, Torino, UTET libreria, 1994;
- M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 2000;
- M. McLuhan, *La galassia Gutenberg*, Roma, Armando, 1976;
- J. Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo*, Bologna, Baskerville, 1993;
- F. Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Venezia, Marsilio, 2003;
- A. Mucchi Faina, *L'abbraccio della folla*, Bologna, Il Mulino, 2000;
- M. Nacci (a cura di), *Oggetti d'uso quotidiano*, Venezia, Marsilio, 1998;
- M. Nacci, *Pensare la tecnica*, Roma-Bari, Laterza, 2000;

- C. Padovani, *Comunicazione globale*, Roma, Carocci, 2002;
- W. Schivelbusch, *Luce. Storia dell'illuminazione artificiale nel secolo XIX*, Parma, Pratiche, 1994;
- R. Williams, *Televisione*, Roma, Editori Riuniti, 1999.

Gli studenti **non frequentanti** dovranno aggiungere al programma uno dei seguenti volumi:

- F. Barbier, C. Bertho Lavenir, *La storia dei media*, Milano, Marinotti, 2002;
- A. Briggs, P. Burke, *Storia sociale dei media*, Bologna, Il Mulino, 2002;
- A. Mattelart, *La comunicazione mondo*, Milano, Il Saggiatore, 1994;
- P. Ortoleva, *Mass media. Dalla radio alla rete*, Firenze, Giunti, 2001.