

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

Docente: Prof. Giorgio Ghisolfi

6 CFU

Titolo del corso:

“La parola e l’immagine nella comunicazione massmediale”

Programma

Con l’apparire di media di massa come la fotografia, il cinema e la televisione, il ventesimo secolo ha visto l’affermazione della società dell’immagine. Una affermazione divenuta, grazie alla rivoluzione digitale di fine millennio, totalizzante, unificante ed omologante, che tende a ridurre il mondo a una icona bidimensionale e che rende oggi più che mai sovrapponibili i concetti di estetica e di etica. Un dato che la sociologia riscontra in tutta evidenza nei settori dello spettacolo, della pubblicità e della propaganda. La parola, e più precisamente le differenze linguistiche, oppongono però ancora resistenza alla globalizzazione e alla omologazione operata dalla massificazione dei processi produttivi ed economici, e restano a baluardo delle identità culturali. Il confronto si gioca nell’arena della comunicazione, ovvero il settore fondante la quotidianità postmoderna, e al cui servizio si è posta l’industria dell’immagine. A partire da tali presupposti, il corso di sociologia della comunicazione si pone l’obiettivo di illustrare ed interpretare lo sviluppo dei mass media e la loro influenza sociale; le modalità del comunicare e le più importanti teorie sulla comunicazione; il rapporto tra cinema e fumetto, genere popolare a lungo escluso dalla considerazione accademica, e l’uso della lingua negli ambiti della comunicazione pubblicitaria e della propaganda, individuando le componenti storiche, sociali e culturali che guidano le scelte linguistiche nella localizzazione del messaggio. Saranno analizzate campagne effettuate nei settori dell’editoria, dell’affissione, della TV, del Web.

Modalità di esame

La verifica della preparazione personale consiste in un colloquio orale nel quale lo studente risponderà a domande sui temi del corso, sui testi obbligatori e nel quale analizzerà un caso da lui stesso proposto, individuando, con proprietà di linguaggio, le componenti culturali alla base delle scelte linguistiche, il grado di efficacia del messaggio e le sue implicazioni sociali.

Testi obbligatori oltre alle dispense fornite dal docente:

Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare. The medium is the message*, Il Saggiatore 2015.

Giorgio E. S. Ghisolfi, *Superman&Co. Codici del cinema e del fumetto*, Mimesis 2018.

Raffaele Simone, *Presi nella rete. La mente ai tempi del web*, Garzanti 2012.

Consigliato: Giorgio E. S. Ghisolfi, *Star Wars. L’Epoca Lucas*, Mimesis 2017.