

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

6. La teoria critica

Teoria critica vs. ricerca amministrativa

1941. Lazarsfeld P.F.,

Remarks on Administrative and

Critical Research

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Ricerca Amministrativa

Pubblicità

Marketing

Politica

(vendita di prodotti,
campagne elettorali,
politiche governative).

Ricerca critica

Es.: come i media
promuovono il processo
democratico.

Es.: come i fattori sociali
influenzano il processo
comunicativo e mediale.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Ricerca Amministrativa

Chi sono le persone che compongono il pubblico?

Quali sono le loro preferenze?

Quali sono gli effetti dei messaggi?

Ricerca critica

Come sono organizzati i media?

Come sono controllati?

In che senso possono costituire una minaccia?

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Teoria critica

Scuola di Francoforte.

Non concorda con il “metodo avalutativo”.

Contestualizza i fenomeni studiati.

Prende posizione sui temi analizzati.

Ha tratti comuni con la teoria ipodermica.

Non tiene conto dei processi di
«appropriazione culturale» (ricezione).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Teoria critica

«Oggetto di analisi di Horkheimer e Adorno è l'**industria culturale**, non i consumatori di tali prodotti, ritenuti nella condizione di non poter interpretare autonomamente quanto viene loro proposto perché ormai ridotti a pseudoindividui»

(p. 115).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Teoria critica

«[...] la teoria critica non presta alcun interesse alle classiche problematiche della comunicazione (audience, modalità di fruizione, effetti ecc.) riferite agli individui; al contrario, punta tutta la sua attenzione sull'analisi del sistema dell'industria culturale al fine di svelarne la pericolosità»

(p. 116).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

La **teoria critica** nelle trame di **Internet**

Evgeny Morozov

Geert Lovink

Andrew Keen

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Evgeny Morozov

2011. *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di Internet.*

Posizione «cyber-realista».

Internet → intrattenimento + convalida personale
(Andrew Keen: narcisismo digitale).

Disimpegno, de-politicizzazione.

«Personalizzazione della censura».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Geert Lovink

L'ideologia del **free** e dell'**open**. Risentimento nei confronti dei professionisti.

Diffusione di contenuti imbarazzanti e contraddittori → **shocklog** (shock + blog).

Moltiplicazione di contenuti di persone comuni (**economia dell'amatorialità**).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Andrew Keen

Dilettanti.com

critica della «dittatura del dilettante»
che si impone su quella dell'esperto,
dietro alle apparenze di una
disintermediazione capace di
alimentare la democrazia.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Andrew Keen

Dilettanti.com

Eliminazione degli **intermediari culturali**.

Esempi:

- giornalisti professionisti;
- editori;
- case discografiche.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Andrew Keen

Dilettanti.com

Eliminazione degli **intermediari culturali** «a favore di una *big conversation* su ogni argomento», che dà vita a una «foresta infinita di **mediocrità**», finendo per degenerare in un «egualitarismo radicale intellettualmente corrosivo».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

La riproducibilità tecnica e
il mutamento della cultura di massa



Walter Benjamin

1936. *L'opera d'arte nell'epoca della sua
riproducibilità tecnica*

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1936. *L'opera d'arte nell'epoca della sua **riproducibilità** tecnica*

«In linea di principio, **l'opera d'arte è sempre stata riproducibile**. Una cosa fatta dagli uomini ha sempre potuto essere rifatta da uomini. Simili riproduzioni venivano realizzate dagli allievi per esercitarsi nell'arte, dai maestri per diffondere le opere, infine da terzi semplicemente avidi di guadagni» (p. 20).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1936. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*

«La **riproduzione tecnica** dell'opera d'arte è invece qualcosa di **nuovo**, che si afferma nella storia a intermittenza, a ondate spesso lontane l'una dall'altra, e tuttavia con una crescente intensità» (p. 20).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

1936. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*

«[...] ciò che vien meno nell'epoca della riproducibilità tecnica è l'**aura** dell'opera d'arte. [...] Moltiplicando la riproduzione, essa pone al posto di un evento unico una serie quantitativa di eventi».

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Riproducibilità tecnica → decadenza dell'aura

Decadenza dell'aura:

«Essa si fonda su **due** circostanze, entrambe connesse con la sempre maggiore importanza delle masse nella vita attuale. E cioè: rendere le cose, spazialmente e umanamente, **più vicine**, è per le masse attuali un'esigenza vivissima, quanto la tendenza al superamento dell'**unicità** di qualunque dato mediante la ricezione della sua riproduzione» (p. 25).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Riproducibilità tecnica → decadenza dell'aura
«[...] non si deve dimenticare che a Benjamin – morto suicida nel 1940 mentre tentava di fuggire al regime nazista – fu preclusa l'esperienza americana che consentì invece ad Adorno e ad altri esponenti della “Scuola di Francoforte” di conoscere direttamente gli **effetti negativi della cultura di massa** all'interno di un sistema capitalistico» (Toscano, Gremigni, 2008, p. 263).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Edgar Morin



Industria culturale

Per Morin il funzionamento dell'industria culturale si fonda su:

1. burocrazia/invenzione;
2. standard (genere)/individualità (variazioni creative).

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Cultura di massa

Cultura che ha diffusione e consumo massivi ed è oggetto di valutazioni contrastanti. L'espressione rinvia a tre aspetti distinguibili e nello stesso tempo correlati:

1. mezzi;
2. contenuti;
3. organizzazione industriale che produce i contenuti.

MODULO 2

LA SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI DI MASSA

Cultura di massa

I meccanismi attraverso i quali opera la cultura di massa sono due:

Proiezione → funzione evasiva

Identificazione → funzione integrativa