

Indice

Introduzione. Il lungo passato	IX
I processi di modernizzazione e la nascita della comunicazione di massa	
1. Le origini della modernità	5
1.1. Il secolo lungo e il secolo breve	5
1.2. Immagini e letture	17
1.2.1. Scenari, p. 17 - 1.2.2. Incisioni, stampe, illustrazioni, p. 19 - 1.2.3. Mesmer e Bentham, p. 22 - 1.2.4. Walpole, Poe, Hawthorne, p. 27	
1.3. La Fabbrica e la Città	31
1.3.1. Le origini, p. 31 - 1.3.2. Il sapere messo in scena, p. 37 - 1.3.3. Nascita dei media moderni, p. 39 - 1.3.4. Tra «polis» e «civitas», p. 41 - 1.3.5. Tra scena urbana e libro, p. 43 - 1.3.6. La strada ferrata, p. 46 - 1.3.7. Esposizioni e grandi magazzini, p. 48 - 1.3.8. La stampa e il giornalismo, p. 52 - 1.3.9. Illustratori e fotografi del presente, p. 57 - 1.3.10. Territori della lettura e della moda, p. 64 - 1.3.11. Estetiche della morte dell'arte, p. 67	
Box <i>Max Weber</i> , p. 12 - <i>Karl Marx</i> , p. 14 - <i>Émile Durkheim</i> , p. 54	
2. La metropoli, il cinema e le avanguardie	71
2.1. La metropoli e lo sviluppo dell'industria culturale	71
2.2. I media tra sfera pubblica e sfera privata	75
2.2.1. Il telefono, p. 77 - 2.2.2. Il fonografo e la discografia, p. 82	

2.3.	Estetizzazione della vita quotidiana	85
2.4.	Avvento del cinema	93
2.5.	La sociologia di Simmel	105
2.6.	Strategie delle élite colte, delle mode di massa e delle avanguardie artistiche	110
	2.6.1. Avanguardie artistiche, p. 114	
2.7.	Avvento della radio	120
Box	<i>Aby Warburg</i> , p. 119	

3.	Mass media, miti e teorie dell'industria culturale	125
3.1.	Una tragica cornice: prima e seconda guerra mondiale	125
3.2.	Gli anni Trenta e l'avvento del sonoro	128
3.3.	Il cinema come critica della metropoli, dei mercati e dei media	133
3.4.	Teorie sulla cultura di massa: tra metropoli e avvento della televisione	140
	3.4.1. All'insegna di Walter Benjamin, p. 141	
3.5.	Insorgenze arcaiche nel mondo moderno	150
3.6.	La Scuola di Francoforte	154
3.7.	Edgar Morin	160
3.8.	Al di là delle filosofie del tempo moderno	165
Box	<i>Le sociologie dell'immaginario</i> , p. 169	

I mass media nella contemporaneità

1.	Europa e Stati Uniti a confronto	175
1.1.	La lettura di Paul Lazarsfeld	175
1.2.	Stato e mercato di fronte allo sviluppo della comunicazione di massa	180
1.3.	Un caso di studio: la Rai e la logica del servizio pubblico	193
1.4.	I «communication studies» e le scienze sociali	200
Box	<i>Auditel e la rilevazione del consumo televisivo in Italia</i> , p. 188 - <i>L'esperienza della Vpt</i> , p. 191 - <i>La televisione commerciale in Italia</i> , p. 198	
2.	Cultura di massa e opinione pubblica: il pessimismo europeo, e non solo europeo	203
2.1.	Guerre, dittature e mass media	203
2.2.	Uno sguardo complesso	207
2.3.	Le teorie dell'opinione pubblica	215
Box	<i>Robert Merton</i> , p. 212	

3.	Un cammino accidentato: le teorie sugli effetti della comunicazione di massa	224
3.1.	Il disagio della ricerca empirica	224
3.2.	Comunicazione di massa e variabili intervenienti	230
3.3.	La ricerca diventa matura	235
3.4.	Oltre la frontiera empirica	240
3.5.	I «cultural studies» a cavallo tra linguistica e sociologia della conoscenza	245
Box	<i>L'analisi del contenuto</i> , p. 234 - <i>La teoria della coltivazione e la teoria della spirale del silenzio</i> , p. 238 - « <i>Reception studies</i> », p. 248	
Epilogo. I «new media» e la società delle reti <i>di Andrea Miconi</i>		249
1.	La galassia riconfigurata	250
2.	Teoria della società in rete	254
3.	Identità, luoghi e flussi: la comunicazione per il nuovo millennio	259
Riferimenti bibliografici		267