



Andrea Rondini

Letteratura di massa
Letteratura di consumo

eum x comunicazione

Andrea Rondini

Letteratura di massa

Letteratura di consumo

eum

ISBN 978-88-6056-198-5

©2009 eum edizioni università di macerata

Centro direzionale, via Carducci 63/a - 62100 Macerata

info.ceum@unimc.it

<http://ceum.unimc.it>

Stampa:

stampalibri.it - Edizioni SIMPLE

via Trento, 14 - 62100 Macerata

info@stampalibri.it

www.stampalibri.it

Indice

- 11 Introduzione

- 13 Capitolo primo
 Confini
- 13 1.1 L'universo paraletterario. La letteratura di massa
- 16 1.2 La letteratura di consumo e il bestseller

- 23 Capitolo secondo
 Storia e generi
- 23 2.1 La letteratura di massa prima della società di massa
- 25 2.1.1 L'epoca medievale
- 27 2.1.2 L'epoca moderna
- 29 2.1.3 Dal romanzo gotico al feuilleton
- 33 2.1.4 Fantascienza e fantasy
- 33 2.1.5 Vampiri e fantasmi
- 35 2.1.6 In Italia

- 36 2.2 Il Novecento
- 36 2.2.1 Giallo
- 39 2.2.2 Rosa
- 40 2.2.3 Fantascienza
- 43 2.2.4 Fantasy
- 44 2.2.5 Orrore e vampiri

- 46 2.3 In Italia
- 46 2.3.1 Giallo
- 50 2.3.2 Rosa

52	2.3.3	Fantascienza e fantasy
54	2.4	Generi affini, sommersi ed emergenti
59		Capitolo terzo
		Questioni
59	3.1	Il giudizio di valore
60	3.2	L'immaginario
63	3.3	Componenti ideologiche e di pensiero
70	3.4	La storicizzazione
73	3.5	Autori e poetiche
77	3.6	Filologia e fonti
80	3.7	Ruolo e azione editoriale
89		Capitolo quarto
		Promozione e ricezione
89	4.1	La paraletteratura tra cinema e televisione
89	4.1.1	Giallo, <i>hard-boiled</i> , <i>noir</i>
98	4.1.2	Rosa
98	4.1.3	Fantascienza
101	4.1.4	Vampiri
102	4.1.5	Qualche caso italiano
104	4.2	La televisione
104	4.2.1	Stati Uniti
105	4.2.2	In Italia
110	4.3	Pittura, melodramma, fumetto, canzoni
112	4.4	La paraletteratura nella letteratura
115	4.5	Il paratesto
118	4.6	La paraletteratura e il suo lancio pubblicitario
120	4.7	Traduzioni, illustrazioni, audiolibri
123		Capitolo quinto
		Teorie e metodi critici
123	5.1	Dal rifiuto alla valorizzazione

- 126 5.2 Pionieri e classici
- 132 5.3 Marxismo antropologia semiotica psicoanalisi
- 135 5.4 La critica italiana
- 144 5.5 Le teorie attuali

- 155 Bibliografia e sitografia

- 169 Piccolo canone portatile

eum x comunicazione

Andrea Rondini
Letteratura di massa
Letteratura di consumo

Uno degli ambiti più vitali della ricerca scientifica attuale riguarda la letteratura di massa, vale a dire quell'ampia costellazione di generi (dalla fantascienza al giallo, dal rosa all'horror) che formano una parte rilevante del mercato editoriale odierno. La letteratura di massa non rappresenta solo una scrittura d'evasione, effetto già di per sé non immediatamente raggiungibile e mai del tutto neutro, ma anche una pratica culturale densa di significati antropologico-sociali, valori estetici e simboli dell'immaginario. Il volume si presenta come un'introduzione a tale segmento dell'industria culturale, mostrando sia le tappe dello sviluppo storico dei diversi generi paraletterari sia le specifiche questioni teoriche collegate. Gli esempi riportati intendono inoltre proporre un modello di ricerca concretamente applicabile, valido per nuove ricognizioni in questo esteso e stratificato perimetro di studio; particolarmente ricco di prospettive appare, tra l'altro, il rapporto dei testi seriali con le dimensioni dell'editoria e della comunicazione cinematografico-televisiva.

Andrea Rondini insegna Forme della comunicazione letteraria e Letteratura di massa e di consumo presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Macerata.

eum edizioni università di macerata



ISBN 978-88-6056-198-5

€ 14,00