

Call for Paper

“Popular Cultures: pratiche, media e tecnologie”

23-24 ottobre 2025

Il PIC AIS (Sezione Processi e Istituzioni Culturali dell'Associazione Italiana di Sociologia), in collaborazione con la FES (Federazione Spagnola di Sociologia) e l'ACMS (Associazione Castellano-Manchega di Sociologia) organizza il convegno internazionale di metà mandato “Pop Cultures: pratiche, media e tecnologie”, che si terrà giovedì 23 e venerdì 24 ottobre 2025 a Noto (SR), presso la sede decentrata dell'Università degli Studi di Messina.

Descrizione del convegno

Cultura che abbiamo, cultura che siamo. Lo studio degli oggetti, delle dinamiche e delle pratiche, come anche dei fruitori e dei produttori, della “popular culture” si sviluppa dalla fine degli anni Cinquanta in poi, tra Europa e Stati Uniti (Hoggarth 1957; Williams 1958; Morin 1962; Eco 1964; Browne, Madden 1972; Hall *et al.* 1980; etc.), ponendo le basi per un processo di istituzionalizzazione degli studi e delle ricerche sulle diverse forme della cultura pop, dentro e fuori l'Accademia. Da allora in poi, sono divenuti oggetto di una riflessione sempre più sistematica i rapporti tra la cultura popolare e la società, e le conseguenti forme di rappresentazione e di narrazione, le pratiche e i repertori mediali, i processi di sedimentazione di memoria condivisa e di costruzione degli immaginari, la politica, l'economia, le modalità di produzione e di consumo della cultura, l'impatto delle tecnologie, la mediatizzazione (Bourdieu 1984; Crane 1992; Griswold 1994; Colombo 1998; etc.).

Lungo questo percorso, se gli anni Ottanta sanciscono la maturazione e la definitiva istituzionalizzazione delle industrie culturali e creative, nel segno di una moltiplicazione esponenziale della domanda e dell'offerta di consumo culturale, se i primi decenni dalla diffusione del World Wide Web vengono caratterizzati dall'entusiasmo nei confronti della convergenza culturale e delle culture partecipative (Jenkins 2006), il prosumering (Toffler 1980) e l'abilitazione della remix culture (Lessig, 2008), gli anni Dieci del nuovo millennio da un lato vedono l'affermazione di logiche transmediali sempre più articolate e complesse (Jenkins 2009; Scolari 2013; Freeman, Gambarato 2018; etc.), dall'altro l'emergere di dinamiche di piattaforma (van Dijck, Poell e de Waal 2016) e di modelli di business basati su datificazione (Mayer-Schönberger, Cukier, 2013) e mercificazione della creatività (van Dijck 2013). In questo scenario si inseriscono poi sia lo sviluppo dell'Intelligenza Artificiale Generativa, o “Agere sine Intelligere” (Floridi e Cabitza 2021), con il proprio crescente impatto culturale, sia la polarizzazione del dibattito pubblico e la trasposizione politica delle dinamiche di fandom.

Oggi, a un trentennio dalla diffusione del World Wide Web e a circa vent'anni dall'affermazione del Web 2.0, dunque la pop culture per alcuni versi preserva alcuni dei suoi aspetti costitutivi e tradizionali, per altri si trova al centro di un vortice di cambiamenti sociali, culturali e tecnologici in grado di influenzarne le modalità di espressione, ri-produzione, distribuzione e consumo.

Il convegno si propone di riflettere sulle molteplici traiettorie, forme e narrative della cultura popolare, sulle sue componenti e sugli attori che ne definiscono le configurazioni, sulle pratiche culturali, sociali e mediali che ne sono alimentate e la alimentano, sul ruolo rivestito dalle tecnologie e dal digitale, ponendosi come uno spazio di discussione e confronto transdisciplinare. In particolare, partendo dalla volontà di riflettere sui modi in cui la cultura popolare diventa un ambiente di rielaborazione e creatività (anche utopica?), l'obiettivo è quello di riunire studiosi e studiosi, ricercatrici e ricercatori, professioniste e professionisti per discutere come la cultura popolare stia plasmando, e venga plasmata, da rappresentazioni sociali, pratiche mediali e tecnologie in continua evoluzione. Il convegno mira, pertanto, a indagare le implicazioni sociali, culturali, economiche e politiche di queste interazioni, esplorando i processi che coinvolgono i differenti settori delle industrie culturali e creative, le forme, tradizionali e innovative di narrazione e produzione culturale, alla luce dell'impatto dei

legacy media, digital e social media, e anche in considerazione delle opportunità, dei limiti e delle sfide etiche poste dalla digitalizzazione della cultura popolare.

Attraverso una serie di sessioni tematiche, tavole rotonde e workshop interattivi, il convegno si propone di stimolare un dialogo critico e costruttivo sulle direzioni future delle pop cultures nell'era digitale, incoraggiando approcci innovativi e multidisciplinari allo studio di questi fenomeni.

Temi del convegno:

- pop cultures e industrie creative (musica, letteratura, fumetti, cinema, radio, televisione, videogiochi, etc.);
- memorie, nostalgia ed affetti mediali;
- rappresentazioni e categorie socialmente costruite (genere, etnia, classe sociale, etc.) tra pratiche, cultura e tecnologia;
- processi culturali, comunicativi, localizzazioni/globalizzazioni e ibridizzazioni interculturali;
- egemonie e subculture: il ruolo dei movimenti contro-culturali e delle culture altre negli scenari contemporanei;
- culture dell'informazione e processi di disinformazione (politica pop, post-verità, populismi, deepfake, incivility, etc.);
- culture popolari e ambiente (sostenibilità, infrastrutture, rischio, cambiamento climatico, comunicazione sociale, etc.);
- transmedialità, immaginari, narrazioni mediali e mutazioni delle culture pop;
- pratiche creative e forme di engagement (influencer, microcelebrità, etc.) nell'era della cultura digitale (remix, mashup e appropriazione, meme, viral content, fandom, etc.);
- Intelligenza Artificiale, piattaforme, algoritmi, produzione e consumi culturali (agency, etica, privacy, profilazione, attivismi e divari digitali, etc.);
- Digital Humanities: archivi digitali, esperienze delle arti e memoria culturale;

Invitiamo ricercatrici e ricercatori, accademiche e accademici e professioniste e professionisti a sottoporre abstract per presentazioni orali o poster relativi a questi temi o ad argomenti correlati.

L'abstract, di massimo 300 parole, dovrà essere inviato entro il 30 giugno 2025, al seguente indirizzo di posta elettronica: pic@ais-sociologia.it, indicando nell'oggetto dell'e-mail: **CONVEGNO MID TERM PIC**.

Dovrà essere corredato, inoltre, dai seguenti dati:

- nome e cognome,
- eventuale università di afferenza,
- contatti dell'autrice/i o dell'autore/i;
- titolo del contributo;
- 3 keyword

Per la partecipazione al convegno sarà richiesta l'iscrizione all'AIS e alla Sezione PIC.