



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2017-2018

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria (COMIP)**

Insegnamento: **Sociologia dei media**

Curriculum: **Internazionale, Pubblicitario**

Anno di corso: **II**

Semestre: **I**

Docente: **Rolando Marini**

SSD: **SPS/08**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezione e**

165 ore di studio individuale

Lingua di insegnamento: **italiano**

PREREQUISITI

Conoscenze di storia moderna, storia contemporanea e sociologia generale (si consiglia pertanto di affrontare la frequenza dell'insegnamento avendo già sostenuto gli esami o perlomeno avendo già studiato Storia Contemporanea e Sociologia Generale).

Saranno messi a disposizione su Webclass strumenti per l'auto-valutazione delle conoscenze e indicazioni per le eventuali esigenze di recupero.

Solida conoscenza della lingua italiana: per gli studenti di madrelingua non italiana è **calda** **consigliata** la frequenza al lettorato.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenza e comprensione:

Acquisire conoscenze di base e capacità di gestione dei concetti relativamente al mondo della comunicazione mediata, alle teorie sulla cultura di massa, alle teorie sugli effetti dei media e quelle sui processi di formazione dell'opinione pubblica.

Capacità di collegare l'evoluzione delle teorie alle trasformazioni dei sistemi dei media.

Conoscere l'ampio orizzonte dei concetti e delle problematiche relativi al rapporto tra mezzi di comunicazione (vecchi e nuovi) e processi di formazione dell'opinione pubblica.

Conoscere le caratteristiche strutturali e discorsive dei prodotti informativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

Sviluppare una prospettiva critica, capace di prendere le distanze dai luoghi comuni e dalle distorsioni delle varie ideologie professionali nel campo della comunicazione, mettendo a confronto prospettive e approcci diversi al problema del rapporto tra media e società.

Saper analizzare le caratteristiche strutturali e discorsive di un prodotto informativo, con riferimento alla collocazione di mercato.

CONTENUTO DEL CORSO

Prima parte. Teorie della comunicazione di massa e del rapporto media-società

1. I paradigmi teorici degli effetti della comunicazione di massa.
2. Manipolazione e propaganda. Cultura di massa, industria culturale nel paradigma critico.
3. L'influenza personale e il paradigma degli effetti limitati.
4. Approccio psicologico al cambiamento di atteggiamento.
5. Determinismo tecnologico e mediatizzazione della cultura.
6. I cultural studies e la teoria degli usi e gratificazioni. Gli studi etnografici sul consumo televisivo.
7. Il newsmaking e gli studi sul lavoro giornalistico.
8. La coltivazione televisiva.
9. Agenda setting e framing come effetti dei media sul pubblico.
10. La mediatizzazione della sfera pubblica: pseudo-ambiente, opinione pubblica ricettiva, spirale del silenzio, tematizzazione, distorsioni nella formazione dell'opinione pubblica. Nuovi media e op. pubblica.
11. Teorie dei media digitali: una ricognizione.

Seconda parte – La comunicazione politica della società civile e l'influenza sull'opinione pubblica

Gruppi e subculture nella società e nell'opinione pubblica.

La teoria dell'agenda building.

Problematiche teorico-filosofiche della democrazia deliberativa dai filosofi greci a Habermas.

Teoria e ricerca sui movimenti sociali e il loro rapporto con i mezzi di comunicazione.

Le relazioni pubbliche tra publicity e manipolazione. Il rapporto RP-media.

Studi di area e di caso: L'attivismo sociale dei brand tra responsabilità, marketing e pubblicità.

La Chiesa cattolica italiana come attore della sfera pubblica. Le associazioni dei consumatori come lobby e come movimento. Amnesty International. Il Live 8 e il rock umanitario. Blogosfera e media criticism. La Caritas.

Terza parte (non obbligatoria) – La stampa quotidiana in Italia

Esercitazione sull'analisi della linea editoriale dei giornali italiani, collegata al progetto nazionale "Il Giornale in Ateneo".

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Lezioni frontali per la prima e seconda parte del programma; esercitazioni guidate per la terza parte, finalizzate all'analisi dei prodotti informativi a stampa con lavoro di gruppo e relazione finale. Materiali di sintesi e schematizzazioni vengono resi disponibili nella webclass con finalità di supporto all'apprendimento.

Per studenti non frequentanti

Per gli studenti non frequentanti vengono effettuati seminari che illustrano gli aspetti più rilevanti del programma e le modalità di svolgimento dell'esame (due ore per due incontri, per un totale di quattro ore). Tali seminari vengono programmati in collaborazione con l'Ufficio Orientamento. Sono inoltre a disposizione su Webclass materiali di supporto all'apprendimento.

METODI DI ACCERTAMENTO

Una prova scritta, nella forma di test, precede e dà accesso, con voto sufficiente, alle prove orali della sessione.

La prova scritta riguarda i punti da 1 a 9 della prima parte del programma. Il test scritto è composto di dieci domande, di cui nove chiuse, ed è finalizzato ad accertare la capacità di riconoscere le caratteristiche specifiche delle varie teorie e dei concetti più importanti.

La prova orale riguarda il punto 10 della prima parte e tutta la seconda parte del programma. Si svolge in forma di interrogazione e colloquio, ed è finalizzata ad accertare la capacità di stabilire le fondamentali

connessioni tra concetti e casi di studio proposti nel testo di riferimento.

Nella valutazione finale la commissione tiene conto dei voti delle due prove, della frequenza a lezione e della eventuale partecipazione all'esercitazione.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per studenti frequentanti e non frequentanti

- Mancini P., Marini R. (a cura di), *Le comunicazioni di massa. Teorie, effetti, contenuti*, Roma, Carocci, 2006 (esclusi i capitoli 8-9) (reperibile in webclass);
- Marini R. (a cura di), *Altri flussi. La comunicazione politica della società civile*, Milano, Guerini Scientifica, 2011 (escluso il capitolo 2);
- Materiali aggiuntivi disponibili nella webclass (riguardanti i punti 1, 5, 8, 10 e 11 della prima parte)

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Teorie della comunicazione di massa e del rapporto media-società:

- Bentivegna S., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bari, Laterza, 2006;
- Boni F. *Teorie dei media*, Bologna, il Mulino, 2006;
- Capecchi S., *L'audience attiva*, Roma, Carocci, 2004;
- Menduni E., *Le televisioni*, Bologna, Il Mulino, 2009;
- Wolf M., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, Bompiani, 1994 [1985];

La stampa quotidiana in Italia (materiali di approfondimento per l'esercitazione facoltativa):

- Murialdi P. *Come si legge il giornale*, Roma-Bari, Laterza, 1975;
- Sorrentino C., *Il giornalismo. Che cos'è e come funziona*, Roma, Carocci 2002.
- Materiali di approfondimento disponibili nella Webclass

ALTRE INFORMAZIONI

Il docente è reperibile presso il suo studio in Via Scortici una volta alla settimana, con orario che viene definito ogni semestre (orario consultabile nella sezione dedicata all'interno del sito internet dell'Università).

Gli indirizzi di posta elettronica sono: rolando.marini@tiscali.it oppure rolando.marini@unistrapg.it