



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2014-2015

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria**

Insegnamento: **Sociologia della Comunicazione di Massa**

Curriculum: **Internazionale, Pubblicitario**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente: **Rolando Marini**

SSD: **SPS/08**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezioni frontali e 165 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

PREREQUISITI

Conoscenze di storia moderna e contemporanea; di sociologia generale e di storia del pensiero politico.
Lingua italiana a livello C1 come minimo.

OBIETTIVI FORMATIVI

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

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.

CONTENUTO DEL CORSO

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

1. I paradigmi teorici degli effetti della com. 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 eddetti 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.

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. Interazione tra gruppi e interazione tra arene. Il problema del primato dell'arena mediale mainstream.

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

Prevalentemente lezioni frontali; inoltre attività a carattere seminariale ed esercitazioni.

Per i lavoratori-studenti

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.

TIPO DI ESAME

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.

La prova orale riguarda il punto 10 della prima parte e tutta la seconda parte del programma.

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

TESTI DI RIFERIMENTO

(Non ci sono differenze tra frequentanti e non frequentanti)

Mancini P., Marini R. (a cura di), *Le comunicazioni di massa. Teorie, effetti, contenuti*, Roma, Carocci, 2006

(pdf integrale da scaricare dalla webclass)

Marini R. (a cura di), *Altri flussi. La comunicazione politica della società civile*, Milano, Guerini Scientifica, 2011.

Materiali aggiuntivi disponibili nella webclass (riguardanti i punti 1, 5, 8, 10 della prima parte).

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Boni F. Teorie dei media, Bologna, il Mulino.

Menduni E., *Le televisioni*, Bologna, Il Mulino, 2009.

Wolf M., Teorie delle comunicazioni di massa, Milano, Bompiani.

Murialdi P. Come si legge il giornale, Roma-Bari, Laterza

Capecchi S., L'audience attiva, Roma, Carocci.

ALTRE INFORMAZIONI

Il docente è reperibile presso l'ex Dipartimento di Culture Compare una volta alla settimana, con orario che viene definito ogni semestre.

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