



Università
per Stranieri
di Perugia

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**

Anno Accademico 2015-2016

PREREQUISITI

Conoscenze di storia moderna e contemporanea; di sociologia generale.

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.

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.

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.

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

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

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 (reperibile in 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

Bentivegna S., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bari, Laterza, 2006;

Boni F. *Teorie dei media*, Bologna, il Mulino, 2006;

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

Wolf M., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, Bompiani, 1994 [1985];

Murialdi P. *Come si legge il giornale*, Roma-Bari, Laterza, 1975;

Capecchi S., *L'audience attiva*, Roma, Carocci, 2004;

ALTRE INFORMAZIONI

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

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