



Università  
per Stranieri  
di Perugia

## PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **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**

**Anno Accademico 2016-2017**

## 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 (preferibilmente con livello C1): per gli studenti di madrelingua non italiana è **caldamente consigliata** la frequenza al lettorato

## OBIETTIVI FORMATIVI

---

### **Conoscenze e comprensione:**

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.

### **Capacità di applicare conoscenze 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 progettuali di un prodotto informativo.

## 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.
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.

Per studenti non frequentanti:

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. Sono inoltre a disposizione su Webclass materiali di supporto all'apprendimento.

## **MODALITA' DI VALUTAZIONE**

---

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.

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

Per 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).

Per 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 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 Compare una volta alla settimana, con orario che viene definito ogni semestre.

Gli indirizzi di posta elettronica sono [rolando.marini@tiscali.it](mailto:rolando.marini@tiscali.it) oppure [rolando.marini@unistrapg.it](mailto:rolando.marini@unistrapg.it)