



Università  
per Stranieri  
di Perugia

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria**

Insegnamento: **Sociologia dei media**

Curriculum: **Comunicazione Internazionale e  
Comunicazione Pubblicitario**

Anno di corso: **II**

Semestre: **I**

Docente: **Rolando Marini, Matteo Gerli**

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 2022-23**

## **PREREQUISITI**

---

Conoscenze di 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). Nella piattaforma LOL (Learning On Line) dell'insegnamento verranno messi a disposizione materiali per il recupero delle "Conoscenze preliminari".

Buona conoscenza della lingua e della cultura italiana. Per gli studenti stranieri che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana si raccomanda di frequentare prima i dottorati offerti dall'Ateneo e di avvalersi del tutorato linguistico.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

### **Conoscenze e comprensione: e preliminari".**

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 della cultura e dell'opinione pubblica. Conoscenze sugli elementi fondamentali della trasformazioni dovute alle tecnologie digitali.

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 della cultura e dell'opinione pubblica nella contemporaneità.

Conoscenza della struttura e delle tipologie di contenuto dei prodotti informativi.

### **Capacità di applicare conoscenze e comprensione:**

Sviluppare una prospettiva critica, capace di mettere a confronto prospettive e approcci diversi al problema del rapporto tra media e società.

Saper analizzare le caratteristiche strutturali e strategiche di un prodotto informativo.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

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

Preliminarmente, vengono illustrati i passaggi salienti della storia sociale dei media, per poi passare ai seguenti temi teorici:

1. Elementi di storia sociale dei media
2. I paradigmi teorici degli effetti della comunicazione di massa. Coordinate concettuali di riferimento.

3. Manipolazione e propaganda. Cultura di massa, industria culturale nel paradigma critico.
4. L'influenza personale e il paradigma degli effetti limitati.
5. Approccio psicologico al cambiamento di atteggiamento.
6. Teorie tecnologico-culturali e mediatizzazione della cultura.
7. I cultural studies e la teoria degli usi e gratificazioni. Gli studi etnografici sul consumo televisivo.
8. Il newsmaking e gli studi sul lavoro giornalistico. La notiziabilità e le routine giornalistiche.
9. La coltivazione televisiva.
10. Agenda setting e framing come effetti dei media sul pubblico.

### Seconda parte – Approfondimenti e aggiornamenti

A) Letture di testi originali (tradotti) e di testi critici o di commento sui seguenti studiosi o "scuole" (tre da scegliere):

1. Lippmann;
2. Horkheimer e Adorno (Scuola di Francoforte);
3. Riesman, Glazer e Denney;
4. Lazarsfeld, Katz e Merton (Columbia University);
5. McLuhan (Scuola di Toronto);
6. Baudrillard;
7. Bourdieu;
8. Tuchman (newsmaking);
9. Hall (Scuola di Birmingham);
10. Thompson (ermeneutica critica);
11. Castells (Scuola di Toronto).

B) Modelli e teorie della comunicazione mediata dal computer. Teorie dei media digitali e della società in rete: una ricognizione.

### Terza parte: due percorsi a scelta

Percorso 1 (per frequentanti) – Esercitazione: La stampa quotidiana in Italia:

Esercitazione sull'analisi della linea editoriale e sui contenuti dei giornali italiani.

Temi per l'analisi:

1. Composizione strutturale e linea editoriale
2. Prime pagine a confronto
3. Partigianeria politica
4. Bilanciamento cronaca/politica
5. Confronto online/cartaceo
6. Pagine culturali
7. Editoriali, commenti, interpretazioni
8. Le communities delle testate.

Percorso 2 (per non frequentanti o per coloro che non aderiscano all'esercitazione) – La logica dei media e la cultura della società

La nascita del concetto di media logic. La storia sociale dei media in chiave tecnologico-culturale.

Forma e formato. L'intrattenimento e le relazioni sociali secondo Altheide e Snow.

Il newsmaking e l'autonomia dei media. La media logic come subcultura del mondo mediale.

Il problema dell'interazione e della definizione della situazione.

Cultura mediale, pervasività e coscienza mediale.

Dalla media logic alla politica della paura.

Limiti e attualità del concetto di media logic alla luce dello sviluppo dei media digitali.

## **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 e digitali, con lavoro di gruppo e relazione finale.

Le lezioni e l'esercitazione vengono affiancate dalla messa a disposizione, nella Piattaforma LOL di materiali di supporto (sintesi tematiche, linee-guida, schemi concettuali).

Nel caso in cui le condizioni generali relative alla pandemia lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica blended o totalmente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione

Per studenti non frequentanti:

Per i lavoratori-studenti e per i 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). Sono inoltre a disposizione sulla Piattaforma LOL materiali di supporto utili anche per lo studio in autonomia.

## **METODI DI ACCERTAMENTO**

---

Per studenti frequentanti e non frequentanti

Una prova scritta, nella forma di test (10 domande), precede e dà accesso, con voto sufficiente, alle prove orali.

La prova scritta riguarda i punti da 1 a 7 della prima parte del programma.

La prova orale riguarda i punti 8, 9 e 10 della prima parte, la seconda parte del programma e la terza per chi non partecipa all'esercitazione.

La congruità e qualità della relazione finale dell'esercitazione fa parte integrante della valutazione.

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

Nella prova orale, impostata come interrogazione, sarà valutata la padronanza dei concetti e la capacità di collegarli attraverso il ragionamento e la pertinente contestualizzazione dei problemi. Sarà anche vagliata la capacità di rielaborazione della partecipazione all'esercitazione sui quotidiani.

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione per le differenze e l'inclusione ([differenze-inclusione@unistrapg.it](mailto:differenze-inclusione@unistrapg.it)).

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

Per frequentanti e non frequentanti:

Per la prima parte:

- Materiali a dispensa sulla storia sociale dei media (reperibili nella LOL).
- Mancini P., Marini R. (a cura di), *Le comunicazioni di massa. Teorie, effetti, contenuti*, Roma, Carocci, 2006 (esclusi i capitoli 7-8-9); (reperibile in piattaforma LOL)

Per la seconda parte:

- A) Saggi o capitoli tratti da volumi vari: tre autori o scuole a scelta (testi reperibili nella LOL o da richiedere al Servizio Biblioteca);
- B) Stella R., Riva M., Scarcelli C. (2018), *Sociologia dei new media*, Torino, UTET: capitolo 2 (reperibile in piattaforma LOL).

Per non frequentanti

Per la terza parte, percorso 2:

Altheide D., Snow R., Marini R., *Media logic. La logica dei media*, Roma, Armando Ed., 2017.

## **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

- Bentivegna S., Boccia Artieri G., *Teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Roma-Bari, Laterza, 2019.
- 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.
- Altheide D.L. , *Terrorism and the Politics of Fear*, Lanham, AltaMira Press, 2006.
- P. Burke A. Briggs, *La storia sociale dei media. Da Gutenberg a internet*, Bologna, Il Mulino, 2007.

## **ALTRE INFORMAZIONI**

---

Il docente è reperibile presso la sede indicata nel sito dell'Ateneo 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)

La frequenza alle lezioni è caldamente consigliata.