



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2010-2011

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Lingua e Cultura Italiana**

Insegnamento: **Sociologia dei mezzi di
comunicazione di massa**

Curriculum: **Promozione**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente: **Rolando Marini**

SSD: **SPS/08**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezioni
frontali e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **italiano**

PREREQUISITI

Elementi di conoscenza della storia contemporanea

OBIETTIVI FORMATIVI

Introduzione ai principali approcci teorici alla comunicazione di massa con particolare riferimento alle problematiche degli effetti.

Ricognizione storica in chiave comparata del sistema dei media in Italia.

Illustrazione ed analisi critica delle teorie dell'agenda setting come effetto cognitivo e dell'agenda building come processo della discussione pubblica.

Elementi di analisi critica della produzione informativa, con particolare riferimento ai quotidiani.

CONTENUTO DEL CORSO

Parte I. Le teorie sulle comunicazioni di massa e i loro effetti

1) Industria culturale, cultura di massa e mass media: la manipolazione, l'eterodirezione e la persuasione occulta. La visione democratica delle comunicazioni di massa. Il paradigma tecnologico. Gli audience studies. Il sistema dell'industria culturale.

2) Influenza personale e comunicazioni di massa: l'influenza a livello dei gruppi informali e il flusso della comunicazione a due livelli; i leader di opinione; il paradigma degli effetti limitati.

3) Gli effetti psico-sociali dei media: Gli studi sulla persuasione; costruzione sociale della realtà e teoria della coltivazione televisiva; gli effetti dei media sulla identità; gli studi sugli effetti della violenza nei media; gli effetti emozionali dei media

- 4) L'etnografia del pubblico: l'anticipazione della teoria degli usi e gratificazione e dei cultural studies; gli assunti teorici e metodologici degli studi etnografici; media e vita quotidiana; consumo dei media e identità.
- 5) L'analisi del contenuto delle comunicazioni di massa: il carattere quantitativo dell'analisi del contenuto e la sua storia; l'analisi del contenuto e il computer; l'analisi del contenuto come inchiesta.
- 6) Leggere i testi massmediatici in una prospettiva semiotica: la trasformazione dei modelli comunicativi: messaggi, testi, competenze comunicative e simulacri dell'interazione; il ruolo dell'enunciazione; la dimensione narrativa dei testi; la socio-semiotica e l'analisi della cultura di massa; l'analisi dei siti web.
- 7) Il newsmaking: il lavoro giornalistico come ricostruzione della realtà; la doppia dimensione dei processi di negoziazione e selezione; i tre livelli del newsmaking; i criteri di notiziabilità; la complessità dei flussi informativi.
- 8) Agenda setting e framing come effetti dei media: il trasferimento di rilevanza: ipotesi e contesti dell'agenda setting; l'agenda setting come effetto cognitivo; problemi di metodo e riflessi sulla teoria; la valutazione dei leader politici (il priming); il framing: due letture.
- 9) Media e opinione pubblica: la mediatizzazione della sfera pubblica e dell'opinione pubblica; media e costruzione della realtà: la formazione "distorta" o "unilaterale" dell'opinione pubblica; la funzione di agenda ed il processo di opinion-building; media e sondaggi; nuovi media e democrazia digitale.

Parte II. Due percorsi a scelta

A) Le teorie dell'agenda setting

- La teoria dell'agenda setting: effetti cognitivi, costruzione mediale della realtà e opinione pubblica.
- La ricerca empirica sull'agenda setting: questioni metodologiche ericadute teoriche
- Sviluppi delle teorie dell'agenda setting: priming e framing come effetti sul pubblico.
- Teorie dell'agenda building: la costruzione del dibattito pubblico.
- L'approccio sistemico all'agenda building: il modello delle arene pubbliche.
- Chi definisce l'agenda?

B) Il sistema dei media in Italia.

- La stampa tra primato letterario e politica
- Il giornalismo italiano: origini storiche; il parallelismo politico.
- Le radici storiche dell'editoria impura; la diffusione della stampa; la proprietà.
- Stato sociale e comunicazioni di massa; il servizio pubblico.
- La televisione prima della commercializzazione. L'avvento del sistema misto
- Le tappe e la logica della televisione commerciale.
- I mutamenti socio-politici degli anni novanta e il sistema dei mass media

- Le professioni nei mass media e le problematiche della formazione, dell'accesso alla professione e della regolamentazione.
- La pubblicità. Il mutamento degli anni ottanta. La stagnazione degli anni novanta.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali ed esercitazioni

TIPO DI ESAME

L'esame consiste di una prova scritta che precede e dà accesso alla prova orale

TESTI DI RIFERIMENTO

Parte I:

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

Parte II – A:

Marini R., Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting., Roma-Bari, Laterza, 2006.

Parte II – B:

Mancini, Il sistema fragile, Roma, Carocci, 2002.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Wolf M., Teorie delle comunicazioni di massa, Milano, Bompiani, 1985

Bentivegna S. Teorie delle comunicazioni di massa, Roma-Bari, Laterza, 2005

Losito G., La ricerca sociale sui media, Roma, Carocci, 2007

Sorrentino C. Il giornalismo. Che cos'è e come funziona, Roma, Carocci, 2002.

ALTRE INFORMAZIONI

E-mail docente: posta@rolandomarini.it