



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2017-2018**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Triennale: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria**

Insegnamento: **Sociologia dei media (avanzato)**

Curriculum: **Internazionale, Pubblicitario**

Anno di corso: **III**

Semestre: **II**

Docente: **Rolando Marini**

SSD: **SPS/08**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

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

Lingua di insegnamento: **Italiano**

## **PREREQUISITI**

---

Conoscenze di sociologia dei media, storia contemporanea e sociologia generale.

Solida conoscenza della lingua italiana: per gli studenti di madrelingua non italiana è **caldamente consigliata** la frequenza al lettorato.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

### **Conoscenze comprensione:**

Acquisire conoscenze avanzate nel campo del rapporto tra media di massa, media digitali e uso delle piattaforme digitali.

Acquisire capacità di impostare e condurre, in gruppo, un'indagine sulla produzione informativa nei mezzi digitali e sugli interscambi nelle piattaforme social.

Acquisire la capacità di lettura critica dell'informazione nel mondo digitale.

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

Capacità di orientamento e di gestione dei concetti relativi al rapporto tra sistemi dei media e consumo dell'informazione.

Capacità di analisi dei flussi interattivi nei social media.

Capacità di valutazione, a livello professionale, della congruità della struttura e delle forme linguistiche e discorsive che caratterizzano un prodotto informativo e le sue strategie comunicative nei social media.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

### **Parte prima – Giovani, media e spazio pubblico**

- Alcuni concetti rivisitati: ecologia dei media, partecipazione politica, civic engagement, networked individualism.
- Il consumo mediale e le relazioni sociali dei giovani tra processi di identificazione e pratiche comunicative.
- Accesso e uso dell'informazione.

- Giovani e orientamento nello spazio pubblico allargato: multimedialità e crossmedialità, relazioni e attivismo discorsivo.
- Leadership di opinione e fiducia
- 

**Parte seconda per frequentanti** – Prodotti informativi digitali e strategie comunicative nei social media: esercitazione

Linee-guida per l'analisi dei prodotti informativi digitali:

- struttura dei contenuti e strategia editoriale,
- creazione di un rapporto fiduciario e di un patto comunicativo con il pubblico;
- strategie e forme della comunicazione dei produttori di informazione nei social media tra promozione dei prodotti e costruzione delle relazioni;
- la costruzione di community;
- interazioni produttori – pubblico.

**Parte seconda per non frequentanti - Cittadinanza e social media**

Rete e democrazia.

La ridefinizione della cittadinanza nell'epoca dei mezzi digitali.

I casi Obama e Movimento Cinque Stelle.

## **METODI DIDATTICI**

---

Per studenti frequentanti

Lezioni frontali per la prima e la seconda parte; esercitazioni guidate per la terza parte, finalizzate all'analisi dei prodotti informativi digitali 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, con particolare riferimento al programma che sostituirà l'esercitazione (due ore per due incontri, per un totale di quattro ore).

Tali seminari vengono programmati in collaborazione con l'Ufficio Orientamento.

## **METODI DI ACCERTAMENTO**

---

Per i frequentanti: relazioni orali di gruppo relative all'esercitazione e prova orale finalizzata ad accertare la padronanza dei concetti e dei loro nessi. La prova orale è anche finalizzata ad accertare la capacità di collegare il prodotto finale dell'esercitazione alle problematiche più rilevanti che emergono dalla prima parte del programma.

Per i non frequentanti la prova orale si concentra sulla verifica della padronanza dei concetti presenti nelle due parti del programma e della capacità di costruire relazioni tra i problemi più rilevanti del campo.

La valutazione si basa sulla conoscenza dei testi di riferimento e sulla congruità e qualità della relazione finale di gruppo relativa all'esercitazione (parte terza).

Nella valutazione finale la commissione tiene conto del voto dell'orale, della frequenza a lezione e della partecipazione all'esercitazione.

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

Per frequentanti:

- Marini R., Gerli M. (2018), *Giovani, media e spazio pubblico*, Maggioli Ed.

ATTENZIONE: IN ATTESA DELL'USCITA IN LIBRERIA DI QUESTO VOLUME, VERRANNO MESSI A DISPOSIZIONE NELLA WEBCLASS MATERIALI DI STUDIO SOSTITUTIVI DEL LIBRO, SUGLI STESSI ARGOMENTI.

- Materiali metodologici e linee guida in webclass.

Per non frequentanti:

- Marini R., Gerli M. (2017), *Giovani, media e spazio pubblico*, Maggioli Ed.
- De Rosa R. (2014), *Cittadini digitali*, Maggioli Ed.

### **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

- Rheingold H., Comunità virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel cyberspazio, Sperling & Kupfer, Milano, 1993
- Thompson J.B., Mezzi di comunicazione e modernità, Il Mulino, Bologna, 1998
- Rainie e Wellman, *Networked*, Guerini, Milano, 2012.
- Jenkins H., Fan, Bloggers e videogames. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale, Franco Angeli, Milano, 2008
- Iacono G., Verso l'ecologia digitale delle organizzazioni, Franco Angeli, Milano, 2003
- 
- Iacono G., Verso l'ecologia digitale delle organizzazioni, Franco Angeli, Milano, 2003
- Barbano A., Manuale di giornalismo, Laterza, Roma-Bari, 2012;
- Menduni E., Nencioni G., Panozzo M. Social network: Facebook, Twitter, YouTube e gli altri. Relazioni sociali, estetica ed emozioni, Mondadori, Milano, 2011
- Castronovo V., Tranfaglia N., La stampa italiana nell'età della TV, Laterza, Roma-Bari, 2008
- P. Burke A. Briggs, La storia sociale dei media. Da Gutenberg a internet, Il Mulino, Bologna, 2007

### **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)