



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 2011-2012

PREREQUISITI

Conoscenze di storia moderna e contemporanea; di sociologia generale e di storia del pensiero politico. 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.

Sviluppare una *forma mentis* 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. Cultura di massa, industria culturale e manipolazione nel paradigma critico.
3. L'influenza personale e il paradigma degli effetti limitati.
4. Determinismo tecnologico e mediatizzazione della cultura.
5. Teorie psicologiche del cambiamento di atteggiamento. Riequilibrio e difesa.
6. Identità ed effetti della pubblicità. La coltivazione televisiva.
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: le tre fasi.
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

1. Gruppi e subculture nella società e nell'opinione pubblica.
2. La teoria dell'agenda building.

3. Problematiche teorico-filosofiche della democrazia deliberativa dai filosofi greci a Habermas.
4. Teoria e ricerca sui movimenti sociali e il loro rapporto con i mezzi di comunicazione.
5. Le relazioni pubbliche tra publicity e manipolazione. Il rapporto RP-media.
6. Studi di area e di caso: L'attivismo sociale dei brand tra responsabilità, marketing e pubblicità.
7. 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

Per frequentanti:

- P. Mancini, R. Marini (a cura di), *Le comunicazioni di massa. Teorie, contenuti, effetti*, Roma, Carocci, 2006 (esclusi i capp. 8 e 9).
- Marini R. (a cura di), *Altri flussi. La comunicazione politica della società civile*, Milano, Guerini Scientifica, 2011.

Per non frequentanti:

Rispetto ai testi sopra indicati i non frequentanti dovranno studiare:

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

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Boni F. *Teorie dei media*, Bologna, il Mulino.
- Bentivegna S., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Roma-Bari, Laterza.
- Wolf M., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, Bompiani.
- Murialdi P. *Come si legge il giornale*, Roma-Bari, Laterza.
- Capecchi S., *L'audience attiva*, Roma, Carocci.

ALTRE INFORMAZIONI

Il docente è reperibile presso il Dipartimento di Culture Comparete una volta alla settimana, con orario che viene definito ogni semestre.

Gli indirizzi di posta elettronica sono rolando.marin@tiscali.it oppure posta@rolandomarini.it.