



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Comunicazione, Negoziazione e Nuovi Media

2021-1-F8701N075

---

#### Obiettivi formativi

Obiettivo del corso è guidare le/gli studenti nell'esplorazione dei principali strumenti concettuali e metodologici della sociologia della comunicazione e dei media, e nella loro applicazione all'analisi della società contemporanea e dei suoi mutamenti.

#### Contenuti sintetici

Il corso si struttura in tre parti. La prima è dedicata alla discussione delle principali teorie nel campo della sociologia della comunicazione e dei media. La seconda approfondisce la relazione tra media e vita quotidiana. La terza si focalizza sulle rappresentazioni culturali e la negoziazione dei significati nei processi comunicativi.

Particolare attenzione viene posta al genere, la classe, l'età/generazione, la differenza culturale/etnica/di colore, come dimensioni chiave per l'analisi sociologica dei contenuti mediatici e dei processi di comunicazione.

#### Programma esteso

Il corso si struttura in tre parti.

1) Introduzione alla sociologia della comunicazione e dei media. Questa prima parte è dedicata ad una rassegna ragionata del dibattito che si è sviluppato in questo campo di studi (in relazione, tra gli altri, ai temi della comunicazione interpersonale e mediata, ai mass media, ai media digitali), e alla discussione delle principali teorie e concetti che guidano l'analisi sociologica dei processi comunicativi contemporanei.

2) Media e vita quotidiana. In questa seconda parte vengono approfondite le questioni relative all'accesso (diseguale) e all'uso dei media e delle tecnologie della comunicazione e alla loro integrazione nella vita quotidiana,

con particolare attenzione all'esperienza delle giovani generazioni, delle donne e dei soggetti razzializzati. Vengono discusse le conseguenze in termini identitari, di ristrutturazione dei legami sociali, di costruzione e circolazione della conoscenza, di mutamento delle forme di partecipazione civico-politica, e di riproduzione e resistenza alla violenza di genere, connesse alle trasformazioni tecnologiche e mediatiche contemporanee.

3) Rappresentazioni culturali e negoziazione dei significati. Nella terza parte vengono approfonditi i processi di costruzione e negoziazione dei significati culturali associati a prodotti mediatici e contenuti comunicativi, con particolare riguardo alla costruzione/contestazione delle differenze di genere, culturali, di classe e ai processi di razzializzazione.

Ciascuna parte è affrontata attraverso l'esposizione e discussione di testi teorici e di casi studio, esempi di ricerca, analisi di materiali audio-visivi e mediatici.

## **Prerequisiti**

Disponibilità all'apprendimento; capacità di scrittura e comunicazione orale; comprensione di testi scientifici in italiano e inglese; comprensione della lingua di insegnamento (italiano) per studenti frequentanti.

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali; presentazione e discussione di testi e casi studio; seminari con esperti/e.

Per l'anno 2020/21 lo svolgimento del corso sarà interamente da remoto, con lezioni videoregistrate in asincrono (disponibili sulla piattaforma e-learning) e lezioni sincrone attraverso la piattaforma Webex. Tale scelta è stata fatta per permettere fin da ora una pianificazione delle attività da parte degli/le studenti e della docente, per facilitare la conciliazione tra studio, lavoro, cura e vita in tempi di incertezza, e per ridurre l'impatto in termini di mobilità laddove possibile, lasciando i mezzi pubblici a chi svolge attività non erogabili da remoto. La partecipazione attiva degli/le studenti frequentanti e la collaborazione tra docente e studenti sarà la chiave per assicurare un percorso di apprendimento di qualità, pur in assenza di presenza fisica in aula.

Tuttavia, compatibilmente con le condizioni di mobilità e sanitarie, la prima lezione potrà essere erogata in forma presenziale, in aula. Verrà dato successivo avviso su questo.

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

**Studenti frequentanti:** Presentazione di una lettura in classe + esame orale

**Studenti non frequentanti:** Esame orale

Nel periodo di emergenza Covid, gli esami orali saranno telematici. Verranno svolti utilizzando la piattaforma WebEx e nella pagina e-learning dell'insegnamento verrà riportato un link pubblico per l'accesso all'esame di possibili spettatori virtuali.

## **Testi di riferimento**

## FREQUENTANTI

Testi **obbligatori**:

1) **Paccagnella L. 2020, Sociologia della comunicazione nell'era digitale, Il Mulino.** [ebook disponibile]

Testi **aggiuntivi** (facoltativi):

2) **Hall S. 1997, Representation, Cultural Representations and Signifying Practices. Sage:** Introduction (pag. 1-12) + Chapter 1 "The work of representation" (pag. 13-64).

3) **Arvidsson A, Delfanti A. 2016, Introduzione ai media digitali. Seconda edizione. Il Mulino.**

**Ulteriori** letture e testi d'esame per studenti frequentanti saranno indicati all'inizio del corso.

## NON FREQUENTANTI:

Testi **obbligatori**:

1) **Paccagnella L. 2020, Sociologia della comunicazione nell'era digitale, Il Mulino.** [ebook disponibile]

2) **Hall S. 1997, Representation, Cultural Representations and Signifying Practices. Sage:** Introduction (pag. 1-12) + Chapter 1 "The work of representation" (pag. 13-64). [ebook non disponibile, tuttavia è un testo di larga diffusione, facilmente recuperabile]

3) **Un libro (o insieme di articoli) a scelta** tra quelli elencati di seguito:

**a) "Questioni di genere nel giornalismo italiano", numero monografico di "Problemi dell'informazione" 3/2015.** Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: "Introduzione" (Buonanno); "Il 2015 e l'alleanza globale su Media e Genere" (Padovani); "Donne nel giornalismo italiano" (Azzalini); "Al fronte ma non sulla front page" (Buonanno); "Donne politiche sulla scena dei media" (Capecchi); "Tag femminicidio" (Giomi); "Tra donne panda e mainstreaming di internet" (Comunello); "News media: quale rappresentazione femminile?" (Azzalini). [Accessibile dalla biblioteca di Ateneo]

**b) Carter C., Steiner L., McLaughlin L. 2014, The Routledge Companion to Media & Gender. Routledge.** Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: Introduction "Re-imagine media and gender" (Carter et al: solo pagg. 1-3); Chapter 1 "Media and the representation of gender" (Gallagher); Chapter 2 "Mass media representation of gendered violence" (Cuklanz); Chapter 6 "Historically mapping contemporary intersectional feminist media studies" (Molina-Guzmán & Cacho); Chapter 17 "Girls' and boys' experiences of online risk and safety" (Livingstone et al); Chapter 26 "A nice bit of skirt and the talking head" (Ross); Chapter 56 "Policing the crisis of masculinity" (Malin); Chap 58 "Intersectionality, digital identities, and migrant youths" (Luers & Ponzanesi).

Consigliati, ma facoltativi: Chapter 16 (Lemish), Chapter 35 (Eltantawy). [ebook disponibile]

**c) Giuliani G. 2015, Il colore della nazione. Le Monnier.** Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: introduzione e prima parte (pag. 1-139).

**d) Livingstone S. 2010, Ragazzi online. Crescere con internet nella società digitale. Vita e Pensiero.** Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: introduzione, capitoli 1, 2, 3 (pag 1-116), cap 5, 6 (pag. 149-220), cap 7 (255-285).

**e) Magaraggia M., Giomi E. 2017, Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale. Il Mulino.** Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: Introduzione, capitoli 1, 2, 3 e 4 (pag. 9-133).

**f) Noble S. U. 2018, Algorithms of oppression. How search engines reinforce racism. New York University Press.** Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: Introduction, chapter 1 e chapter 2 (pag. 1-109). [Ebook disponibile].

Testi **aggiuntivi** (facoltativi):

**Arvidsson A, Delfanti A 2016., Introduzione ai media digitali. Seconda edizione. Il Mulino.**

---