

SYLLABUS DEL CORSO

Comunicazione, Negoziazione e Nuovi Media

2122-1-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, i processi di razzializzazione e le differenze culturali ed etniche, 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

Per l'aa 2021-22 il corso è in presenza. C'è la possibilità di frequentare le lezioni anche da remoto (in sincrono) da webex solo per chi è impossibilitato a partecipare in presenza

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

Modalità di verifica dell'apprendimento

Studenti frequentanti: presentazione di una lettura in classe + esame scritto

Studenti non frequentanti: Esame scritto

Testi di riferimento

Rispetto a quanto indicato in questo sillabo, sono possibili piccole variazioni nei testi d'esame, per seguire il programma svolto in aula. Controllare gli eventuali aggiornamenti nella pagina elearning, sezione "informazioni, programma, testi d'esame"

FREQUENTANTI

Testi obbligatori:

1) Paccagnella L. 2020, Sociologia della comunicazione nell'era digitale. Il Mulino. Tutti i capitoli, escluso introduzione e conclusioni.

2) Tre articoli/capitoli scelti tra i testi discussi in classe, ossia:

- a) Capecchi, S. (2015) "Donne politiche sulla scena dei media". *Problemi dell'informazione* 3/2015, pp. 527-548
- b) Capecchi, S. (2021). Le campagne di femvertising e le reazioni delle audience online. Le contraddizioni del femminismo pop. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 62(1), 131-163.
- c) Cuklanz, L. (2014) "Mass media representation of gendered violence", in Carter, Steiner, McLaughlin (eds.) *The Routledge Companion to Media & Gender* (cap 2, pp. 32-41)
- d) Frisina, A, Pogliano, A. 2020, "Dalla parte del carnefice? I fatti di Macerata e la pervasività del discorso razzista nei media italiani", in Maneri M., Quassoli F., Un attentato "quasi terroristico". Macerata 2018, il razzismo e la sfera pubblica al tempo dei social media. Carocci (cap 5, pag 95- 114)
- e) Gallagher, M. (2014) "Media and the representation of gender", in Carter, Steiner, McLaughlin (eds.) *The Routledge Companion to Media & Gender* (cap 1, pp. 23-31)
- f) Giomi, E. (2015) "Tag femminicidio". *Problemi dell'informazione* 3/2015, pp. 549-574 [Versione digitale accessibile dalla biblioteca di ateneo]
- g) [Magaraggia, S., & Cherubini, D. \(2017\). "Beyond bruised faces and invisible men? Changes in social advertising on male violence against women in Italy". *Feminist media studies*, 17\(3\), pp. 440-456.](#)
- h) Mainardi, A. (2018) "The pictures I really dislike are those where the girls are naked! Postfeminist norms of female sexual embodiment in contemporary Italian digital culture". *Modern Italy*, 23(2), pp. 187-200
- i) Malin, (2014) "Policing the crisis of masculinity" in Carter, Steiner, McLaughlin (eds.) *The Routledge Companion to Media & Gender* (Chapter 56, pp. 628-637)
- j) Maneri M., Quassoli F. 2020, Un attentato "quasi terroristico". Macerata 2018, il razzismo e la sfera pubblica al tempo dei social media. Carocci: Introduzione e Cap 1, pag. 11-37.
- k) Micheli, M. (2016) "Social networking sites and low-income teenagers: between opportunity and inequality". *Information, Communication & Society*, 19(5), pp. 565-581
- l) Molina-Guzmán, I., Cacho, L. M. (2014) "Historically mapping contemporary intersectional feminist media studies", in Carter, Steiner, McLaughlin (eds.) *The Routledge Companion to Media & Gender* (cap 6, pp. 71-80)
- m) Murji, K. (2006). "Using racial stereotypes in anti-racist campaigns". *Ethnic and racial studies*, 29(2), pp. 260-280.
- n) Noble, S. U. (2018) "A Society, Searching", in Noble, *Algorithms of Oppression. How Search Engines Reinforce Racism*. New York University Press (cap 1, pp. 15-63) [

Testi di approfondimento - facoltativi:

Arvidsson A, Delfanti A (2016) Introduzione ai media digitali. Seconda edizione. Il Mulino. [Ebook accessibile dalla biblioteca di ateneo]

Carter, Steiner, McLaughlin (2014) “Introduction”, in Carter, Steiner, McLaughlin (eds.) **The Routledge Companion to Media & Gender** (pp. 1-3)

NON FREQUENTANTI:

Testi obbligatori:

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

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

a) **AAVV “Questioni di genere nel giornalismo italiano”**, numero monografico di "Problemi dell'informazione" 3/2015.

b) **Boyd D. 2014. It's complicated: la vita sociale degli adolescenti sul web.** Castelvecchi.

c) **Carter C., Steiner L., McLaughlin L. 2014, The Routledge Companion to Media & Gender.** Routledge. [Ebook disponibile nella biblioteca di ateneo] Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: Introduction “Re-imagine media and gender” (Carter et al: solo pag. 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 16 “Boys are, girls are... How children’s media and merchandising construct gender” (Lemish); 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 35 “Above the fold and beyond the veil. Islamophobia in western media” (Eltantawy); Chapter 56 “Policing the crisis of masculinity” (Malin); Chap 58 “Intersectionality, digital identities, and migrant youths” (Luers & Ponzanesi).

d) **Giuliani G. 2015, Il colore della nazione.** Le Monnier.

e) **Magaraggia M., Giomi E. 2017, Relazioni brutali.** Genere e violenza nella cultura mediale. Il Mulino.

f) **Maneri M., Quassoli F. 2021, Un attentato “quasi terroristico”.** Macerata 2018, il razzismo e la sfera pubblica al tempo dei social media. Carocci

g) **Noble S. U. 2018, Algorithms of oppression.** How search engines reinforce racism. New York University Press. [Ebook disponibile nella biblioteca di ateneo]. Parti obbligatorie se si sceglie questa lettura: tutti i capitoli, escluso cap. 4 “Searching for protection from searching engines” (pp. 119-133) e “epilogue” (pp. 183-185).

Testi aggiuntivi (facoltativi):

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