UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# COURSE SYLLABUS

# Sociology of Communication

**2425-3-E2001R005**

## Obiettivi formativi

Il corso ha l’obiettivo di offrire una panoramica il più possibile completa sulle dinamiche comunicative e mediatiche contemporanee, e sull’influsso che esse hanno sulla cultura. Attraverso l'analisi del funzionamento della comunicazione e dei vecchi e nuovi media, il corso permette di approfondire nozioni relative alle caratteristiche tecnologiche, culturali e sociali dell'ecosistema mediale contemporaneo, formando studentesse e studenti in vista di sbocchi occupazionali in questo campo.

## Contenuti sintetici

Nella prima parte del corso si analizzeranno le principali teorie della comunicazione contemporanea.

Nella seconda parte ci si focalizzerà sui cambiamenti dell’industria mediale nel nuovo secolo, cercando di mettere in luce le trasformazioni tecnologiche e digitali che hanno profondamente modificato questo settore. Oltre che da una serie di lezione teoriche per inquadrare il tema, in questa parte saranno presenti approfondimenti tematici che comprenderanno la presenza di ospiti esterni provenienti da vari settori della produzione culturale e dell'intrattenimento digitale

## Programma esteso

**Parte prima**

Cultura, tecnologia e media

Teorie della comunicazione

I media digitali: storia e contesti sociali

I paradigmi per studiare l’innovazione tecnologica

Studiare i media digitali in prospettiva storica

Digitale e modelli di società

Il computer

Internet

La telefonia mobile

La digitalizzazione dei media analogici

**Parte seconda**

Le strategie delle piattaforme

Cambiamenti istituzionali

Gli intermediari dei social media

Il cambiamento delle pratiche culturali

I settori dell’enterteinment

I videogiochi

Celebrity e influencer (nano e micro)

Il pericolo della gogna digitale

La comunicazione memetica

## Prerequisiti

Nessuno

## Metodi didattici

Lezioni frontali, lavori di gruppo e singoli.
Il Corso si compone di 56 ore, di cui indicativamente il 50% con didattica erogativa (lezioni frontali con utilizzo di slides, audio e video) e il 50% con didattica interattiva (esercitazioni, lavori in sottogruppo, presentazione di casi di studio a partire dai quali sviluppare lavori individuali e in sottogruppo, preparati e discussi durante il corso).
Le lezioni saranno svolte in presenza, con un massimo del 30 per cento da remoto.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto finale. Nell'esame scritto sarà verificata la pertinenza della risposta, il grado di conoscenza dell’argomento, la chiarezza espositiva e la capacità argomentativa e la precisione terminologica.

Per chi ha partecipato ai lavori di gruppo vi sarà la possibilità di fare una presentazione in aula finale, concordata con il docente. La presentazione, se giudicata eccellente o molto buona, può sostituire completamente l'esame finale; se giudicata buona farà media con l'esame finale e quest'ultimo sarà composto di solo una domanda anzichè 3.

## Testi di riferimento

.

1. Balbi, G. Magaudda, P. (2021) *I media digitali. La storia, i contesti sociali, le narrazioni,* Laterza, Roma-Bari

Due a scelta tra:

Brilli, S. (2002) Youtube freak show. Fama e derisione alle soglie dell'influencer culture, FrancoAngeli
Eichorn, K. (2023) Content. L'industria culturale nell'era digitale, Einaudi.
Lolli, A. (2019) La guerra dei meme, Effequ.
Lolli, A (2025) Storia della fama, Effequ
Poell, T, Nieborg, D. Duffy, E. (2022) Piattaforme digitali e produzione culturale, Minimun Fax
Domaneschi, F (2020) Insultare gli altri, Einaudi.
Nagle, A. (2018) Contro la vostra realtà, Luiss
Ricci, O (2022) L'ultima comunità. I primi vent'anni di Wikipedia, Ledizioni
Ricci, O (2013) Celebrità 2.0. Sociologia delle star nell'epoca dei new media, Meltemi
Ronson, J (2015) I giustizieri della rete. La pubblica umiliazione ai tempi di Internet, Codice

## Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ