



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Sociologia della Comunicazione

2627-3-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.

Si perseguiranno quindi i seguenti obiettivi formativi:

**Conoscenza e comprensione**

Il corso si propone di sviluppare nei/negli studenti conoscenze e capacità di comprensione relative alle principali teorie, concetti e prospettive epistemologiche utili all'analisi dei processi comunicativi nella società contemporanea.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Sarà favorita l'applicazione critica delle conoscenze acquisite all'analisi di differenti forme e pratiche della comunicazione, con particolare attenzione ai media, ai linguaggi e alle dinamiche sociali e culturali ad essi connesse.

**Autonomia di giudizio**

Il corso intende stimolare lo sviluppo di una riflessione autonoma e critica, sia nell'approccio ai testi teorici, sia nell'interpretazione dei fenomeni comunicativi concreti, incoraggiando una lettura problematica delle pratiche comunicative nel contesto sociale.

**Abilità comunicative**

Si promuoverà l'acquisizione di competenze comunicative efficaci, sia orali che scritte, per argomentare con chiarezza e rigore i contenuti sociologici affrontati durante il corso.

**Capacità di apprendere**

Il corso mira a incoraggiare un atteggiamento riflessivo e aperto nei confronti della varietà degli approcci alla comunicazione, fornendo le basi per sviluppare percorsi di apprendimento autonomi e criticamente fondati.

#### 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.

## **Programma esteso**

### **Parte prima**

Cultura, tecnologia e media

Teorie della comunicazione

I media digitali: storia e contesti sociali

Digitale e modelli di società

Il computer

Internet

### **Parte seconda**

Le strategie delle piattaforme

Il cambiamento delle pratiche culturali

I settori dell'entertainment

I videogiochi

Celebrity, influencer e content creator

Il pericolo della gogna digitale

La comunicazione memetica

Onlyfans

Culture digitali e urbane: i maranza

## **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. L'esame consisterà in 3 domande aperte, una per ogni libro in programma. La durata dell'esame è un'ora.

Chi ha partecipato ai lavori di gruppo potrà, previo accordo con il docente, tenere una presentazione finale in aula. La partecipazione darà diritto a portare un libro e una domanda in meno all'esame, oltre a una valutazione che farà media con il voto finale. In questo caso, i due libri rimanenti possono essere scelti liberamente tra tutti i testi in programma, compresi quelli opzionali.

## Testi di riferimento

1. Comunello F., Pasquali F. Sorice M. (2025) Studiare i media. Prospettive disciplinari e parole chiave, Carocci (selezione capitoli:1,2, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 18, 20, 28)
2. Balbi, G. Magaùda, P. (2021) I media digitali. La storia, i contesti sociali, le narrazioni, Laterza

Uno a scelta tra:

Benasso, S. Benvenga, L. (2024) Trap! Suoni, segni e soggettività nella scena italiana, Novalogos

Brilli, S. (2024) Youtube freak show. Fama e derisione alle soglie dell'influencer culture, FrancoAngeli

Girolami, A. (2025) Rivoluzione creator. Che cosa fanno, come lo fanno e perché, Il Mulino.

Lolli, A. (2019) La guerra dei meme, Effequ.

Lolli, A (2025) Storia della fama, Effequ

Mosna, L. (2018) Il videogioco Storia, forme, linguaggi, generi, Dino audino editore

Nagle, A. (2018) Contro la vostra realtà, Luiss

Pilla, F. Malgieri, F, Pirola, T. Rao, L. (2025) Videogioco: femminile, plurale, Ledizioni

Pilati, F. (2026) Maranza. Il capitalismo dello stigma, Ledizioni

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

Zurovac, E. (2024) Screenshot society. Come le fotografie dello schermo raccontano il nostro stare online, Franco Angeli

## Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ

