# Teoria e tecnica dei media

## Prof. Paolo Carelli

***obiettivo del corso E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso ha l’obiettivo di fornire le conoscenze teoriche di base relative al campo della comunicazione e dei media, necessarie per la comprensione dei processi comunicativi e per formare il profilo di un professionista del settore. Al temine dell’insegnamento, lo studente avrà acquisito le competenze per comprendere i meccanismi, i linguaggi, i contenuti della comunicazione, e le teorie che nel corso del tempo hanno approfondito il suo ruolo e la sua “influenza” sullo sfondo dei più ampi processi di cambiamento sociale, culturale, tecnologico. Particolare attenzione sarà dedicata al medium “di massa” per eccellenza, la televisione, per approfondire tecniche e modalità d’analisi.

***programma del corso***

Il corso sarà dedicato allo studio delle principali prospettive teoriche che hanno reso la comunicazione un oggetto di studio scientifico: *Bullet theory*, Scuola di Toronto, *Two-steps flow*, Usi e gratificazioni, Cultural Studies e Network Society. Verranno approfonditi i temi-chiave che interessano le teorie della comunicazione e che riguardano il sistema di relazioni tra individui, società, media e cultura: la rappresentazione mediale; la questione degli effetti della comunicazione; l’influenza dei media; gli ambienti e gli ecosistemi della comunicazione contemporanea; la ricerca sui pubblici. Ogni tema sarà analizzato facendo riferimento a casi concreti di analisi sia legati alle ricerche empiriche che appartengono alla letteratura scientifica sia tratti dall’attualità. Durante il corso verranno affrontate le prospettive teoriche ed empiriche dei principali mezzi e linguaggi della comunicazione (televisione, radio, media digitali).

***bibliografia***

S. Bentivegna, G. Boccia Artieri *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale,* Laterza, Roma-Bari, 2019. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/sara-bentivegna-giovanni-boccia-artieri/le-teorie-delle-comunicazioni-di-massa-e-la-sfida-digitale-9788859300502-559060.html)

R. Silverstone, *Perché studiare i media?*, Il Mulino, Bologna 2002. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/silverstone-roger/perche-studiare-i-media-9788815084255-208254.html)

M. Scaglioni, A. Sfardini, *La televisione. Modelli teorici e percorsi di analisi*, Carocci, Roma, 2017. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/la-televisione-modelli-teorici-e-percorsi-di-analisi-9788843088836-255911.html)

Un volume a scelta tra:

C. Penati, A. Sfardini, *La TV delle donne. Brand programmi, pubblici,* Unicopli, Milano, 2015. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/anna-sfardini-cecilia-penati/la-tv-delle-donne-brand-programmi-e-pubblici-9788840017990-224761.html)

T. Bonini, La *radio in Italia. Storia, mercati, formati, pubblici, tecnologie*, Carocci, Roma 2015. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/la-radio-in-italia-9788843068036-182748.html)

U. Volli, *Semiotica della pubblicità*, Laterza, Roma-Bari 2019 (nuova edizione) [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/volli-ugo/semiotica-della-pubblicita-9788842068587-174206.html)

A. Ceron – L. Curini – S.M. Iacus, *Social media e sentiment analysis. L’evoluzione dei fenomeni sociali attraverso la rete*, Springer, Milano 2014

Ulteriori letture e approfondimenti saranno forniti durante il corso e completereanno la bibliografia di riferimento.

Programma e bibliografia sono i medesimi per gli studenti frequentanti e non frequentanti.

***didattica del corso***

Il corso si svolge attraverso lezioni frontali.

Appunti delle lezioni, ulteriori letture e materiali presentati durante il corso saranno forniti tramite la piattaforma *Blackboard*.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame si svolge in forma orale; lo studente dovrà dimostrare di conoscere e sapere applicare le teorie e i concetti chiave appresi, sapersi orientare tra i temi e le questioni affrontati, argomentare in modo chiaro e pertinente le questioni sollevate. Vi è la possibilità di effettuare un project work su uno degli argomenti del corso, da concordare col docente, che concorre al 50% della valutazione, secondo modalità che verranno illustrate durante il corso.

Ai fini della valutazione incideranno la comprensione dei temi, l’utilizzo appropriato della terminologia specifica, la capacità di individuare nessi concettuali.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone interesse per i media, la loro analisi in profondità dal punto di vista linguistico e sociale e il loro ruolo nelle dinamiche della contemporaneità. La prova parziale è rivolta in particolare agli studenti frequentanti le lezioni in aula.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il prof. Paolo Carelli riceve gli studenti per appuntamento concordato via e-mail *(*[*paolo.carelli@unicatt.it*](mailto:paolo.carelli@unicatt.it)).