

Corso di laurea	a.a.2017/2018
------------------------	----------------------

Psicologia

Ordinamento	Corso di laurea	Codice corso
--------------------	------------------------	---------------------

1989	VO	00932 - 00370
------	----	---------------

Insegnamento

Sociologia della comunicazione

Cfu	Codice	SSD
------------	---------------	------------

	Z00340	
--	--------	--

Docente

Metastasio

Programma

1. Società di massa, cultura di massa e comunicazioni di massa. Origini e sviluppi della *communication research*. La teoria dell' "influenza mediata" delle comunicazioni di massa: l'influenza personale, la *leadership* d'opinione, i gruppi sociali. "Effetti a breve termine" e "effetti a lungo termine" delle comunicazioni di massa. Gli effetti "specifici": il caso della comunicazione persuasoria e della rappresentazione della violenza nei media. La pubblicità come comunicazione persuasoria. Gli effetti "a-specifici": percorsi di consumo multimediale, influenza delle comunicazioni di massa sui processi di costruzione simbolica della realtà.
2. Televisione e bambini: principali posizioni teoriche. L'esposizione alla tv da parte dei bambini: assiduità, gradimento e motivazioni. La decodifica del messaggio televisivo: processi di attenzione, memorizzazione e comprensione. *Television literacy*. La rappresentazione della realtà nella programmazione televisiva rivolta all'infanzia. Gli effetti dell'esposizione alla tv e ai suoi contenuti.
3. L'evoluzione storica della pubblicità. Le variabili intervenenti nel processo di influenza: la fonte, il messaggio, le variabili sociali. La prospettiva semiotica. Prodotti e posizionamento. I modelli di azione della pubblicità. La definizione e la segmentazione del target. Vantaggi e svantaggi nella scelta dei mezzi di comunicazione di massa. Il *communication mix*. La pubblicità non commerciale. La rappresentazione sociale della pubblicità.
4. La pubblicità e il mondo dei bambini. La pubblicità televisiva in Italia: da carosello ai giorni d'oggi. L'esposizione alla pubblicità: i processi di fruizione e mediazione familiare. La percezione della pubblicità: attenzione, memorizzazione e comprensione. Gli atteggiamenti dei bambini nei confronti della pubblicità. I comportamenti di consumo. I contenuti e gli effetti della pubblicità. Il quadro normativo di riferimento

Testi di riferimento

I testi consigliati per la preparazione del programma d'esame sono:

1. G. Losito, *Il potere dei media*, Roma, (NIS) Carocci, 1994.
2. R. Metastasio, *La scatola magica. TV, bambini e socializzazione*, Roma, Carocci, 2002.
3. Fabris, G. (1992), *La pubblicità. Teorie e prassi*. Franco Angeli, Milano (ad esclusione dei capp. 2 – 3 – 5- 6 – 12).
4. Metastasio, R. (2007), *Bambini e pubblicità*. Carocci editore, Roma.

Modalità d'esame

Esame scritto