

PROGRAMMA DEL CORSO DI SOCIOLOGIA DELLA CULTURA E DEI MEDIA

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/08

CFU

9

DESCRIZIONE

Lezioni

- 1 - Charlie Chaplin interprete della cultura moderna
- 2 - La metropoli moderna
- 3 - Le forme comunicative del legame sociale
- 4 - La Metropoli come medium
- 5 - La metropoli e il cinismo
- 6 - La differenziazione sociale
- 7 - La società di massa
- 8 - La massa come bersaglio
- 9 - L'effetto postumo
- 10 - La riproducibilità tecnica dell'arte
- 11 - L'industria culturale
- 12 - La cultura di massa
- 13 - Il cinema o l'uomo immaginario
- 14 - Si accende la TV
- 15 - Televisione e cultura in Italia
- 16 - La TV si è fatta mondo
- 17 - Il mezzo è il messaggio
- 18 - Abbecedario McLuhan

- 19 - L'impatto dei media elettronici sulle situazioni sociali
- 20 - I media come doppio del mondo
- 21 - Il reality show come forma culturale
- 22 - La logica culturale del reality in politica
- 23 - La logica culturale del reality e la gastronomia
- 24 - Il postmoderno
- 25 - La prospettiva postmoderna
- 26 - Come cambia la società con il personal computer
- 27 - Il postmoderno e i turbamenti dell'identità
- 28 - Homo mediaticus
- 29 - Il nuovo sistema operativo sociale
- 30 - Il nuovo sistema operativo sociale II
- 31 - La cultura di Internet
- 32 - La fine dell'agire comunicativo
- 33 - Democrazia digitale
- 34 - L'amatore digitale: la genesi moderna
- 35 - L'amatore digitale: la riconfigurazione televisiva
- 36 - L'amatore digitale: la consacrazione dell'amatore
- 37 - Vivere nelle immagini I
- 38 - La cultura visuale
- 39 - La cultura (è) amatoriale
- 40 - Il digitale e la cultura convergente
- 41 - I funzionamenti della cultura convergente
- 42 - Convergence Food
- 43 - Il digitale e i discorsi d'odio
- 44 - Indagare l'influenza digitale
- 45 - Sociologia dell'influencer
- 46 - Dall'influenza personale all'influenza digitale
- 47 - L'esperienza dei media
- 48 - Instagram e la forza delle immagini

49 - La post-verità

50 - I media e i modi della conoscenza

51 - Comunicazione come consumo

52 - Le tre fasi della produzione culturale

53 - L'autenticità nella comunicazione - intervista alla Prof.ssa Maria Angela Polesana

54 - Il tempo degli influencer: il caso Chiara Ferragni - intervista alla Prof.ssa Maria Angela Polesana

Testimonianze

1 - Evoluzione dell'industria dell'informazione

2 - Lavorare nella pubblicità digitale

Il/La Docente si riserva la possibilità di modificare il programma didattico