

Claudio Riva, Giovanni Ciofalo,
Piergiorgio Degli Esposti, Renato Stella

SOCIOLOGIA DEI MEDIA



Indice

- 3 CAPITOLO 1 – Tra vecchi e nuovi media
 di Renato Stella
- 7 1.1 Come usare questo manuale
- 11 1.2 Media di massa e media digitali: la rimediazione
- 14 1.3 Concetti e metodi della comunicazione di massa
- 17 1.4 Mediazione e complessità dell'emittente
- 21 1.5 Mediazione e duplicità dell'emittente
- 26 *Parole chiave*
- 26 *Autoverifica*
- 27 *Bibliografia essenziale*
- 29 CAPITOLO 2 – Storia sociale dei media
 di Giovanni Ciofalo
- 29 2.1 La nascita dei mezzi di comunicazione di massa
- 32 2.2 Dal libro al quotidiano
- 35 2.3 La fotografia e il telefono
- 41 2.4 Il fumetto e il cinema
- 47 2.5 La radio e la televisione
- 53 2.6 Il computer, Internet e i videogiochi
- 62 *Parole chiave*
- 62 *Autoverifica*
- 62 *Bibliografia essenziale*
- 63 CAPITOLO 3 – I media nella società di massa
 di Claudio Riva
- 63 3.1 I media nella società di massa
- 67 3.2 Apocalittici e integrati
- 71 3.3 La teoria critica e l'industria culturale
- 79 3.4 Integrazione e democratizzazione
- 82 3.5 La teoria funzionalista dei media

- 86 3.6 La Scuola di Toronto
 92 *Parole chiave*
 92 *Autoverifica*
 93 *Bibliografia essenziale*
- 95 CAPITOLO 4 – Il potere dei media: gli effetti a breve termine
 di Renato Stella
- 95 4.1 Gli effetti a breve termine
 98 4.2 La prima fase: dalla teoria ipodermica agli effetti limitati
 105 4.3 La seconda fase: dagli effetti limitati alle variabili sociali
 111 4.4 La terza fase: gli studi contemporanei
 119 4.5 La persuasione nel web: il caso Ebbw Vale
 121 *Parole chiave*
 121 *Autoverifica*
 122 *Bibliografia essenziale*
- 123 CAPITOLO 5 – Il potere dei media: gli effetti a lungo termine
 di Renato Stella e Claudio Riva
- 123 5.1 Gli effetti a lungo termine
 124 5.2 La teoria della spirale del silenzio
 128 5.3 La dipendenza dai media
 133 5.4 Etichettamento e amplificazione
 136 5.5 La teoria della coltivazione
 142 5.6 L'ipotesi dell'agenda setting
 148 5.7 La teoria degli scarti di conoscenza
 154 *Parole chiave*
 155 *Autoverifica*
 155 *Bibliografia essenziale*
- 157 CAPITOLO 6 – Cultural e media studies
 di Giovanni Ciofalo
- 157 6.1 Dall'industria culturale alle industrie creative (e oltre)
 165 6.2 Gli usi, le gratificazioni, le pratiche
 174 6.3 I Cultural Studies e il potere delle audience
 182 6.4 Convergenza culturale, transmedialità, piattaformaizzazione
 192 *Parole chiave*
 192 *Autoverifica*
 193 *Bibliografia essenziale*

- 195 Capitolo 7 – La società digitale: dalla network society alla platform society
di Piergiorgio Degli Esposti
- 195 7.1 Nuovi e vecchi media: un'evoluzione parallela
199 7.2 Manuel Castells: informazione, potere e società globale
201 7.3 Jan van Dijk e la network society
204 7.4 Sherry Turkle: dalla vita sullo schermo alla necessità del *face to face*
207 7.5 Cultura convergente e *spreadable* media, il contributo di Henry Jenkins
209 7.6 Barry Wellman e la triplice rivoluzione
211 7.7 Sonia Livingstone: bambini e new media
212 7.8 Deborah Lupton e la vita digitale
215 7.9 L'approccio critico di Evgeny Morozov
218 7.10 Pubblici connessi e *affordances*, il contributo di danah boyd
220 7.11 Geert Lovink: la critica al controllo della rete
223 7.12 José van Dijck e la platform society
227 *Parole chiave*
227 *Autoverifica*
227 *Bibliografia essenziale*
- 229 CAPITOLO 8 – Media e politica
di Claudio Riva
- 229 8.1 L'influenza dei media sulla politica: la sfera pubblica
235 8.2 Una sfera pubblica digitale
240 8.3 La comunicazione politica
246 8.4 La mediatizzazione della politica
252 8.5 La politica pop
259 8.6 I movimenti sociali e le logiche della comunicazione in rete
263 *Parole chiave*
264 *Autoverifica*
264 *Bibliografia essenziale*
- 265 CAPITOLO 9 – La pubblicità
di Claudio Riva
- 265 9.1 La pubblicità come forma culturale
267 9.2 L'evoluzione della pubblicità
271 9.3 L'industria della pubblicità
279 9.4 Il digital advertising
281 9.5 L'influencer marketing
284 9.6 La comunicazione non convenzionale
287 9.7 Le critiche alla pubblicità
295 *Parole chiave*

295	<i>Autoverifica</i>
296	<i>Bibliografia essenziale</i>
297	CAPITOLO 10 – Dal World Wide Web alla realtà ibrida <i>di Piergiorgio Degli Esposti</i>
297	10.1 Il World Wide Web e il processo di digitalizzazione del mondo
299	10.2 Web 2.0, Social Network e il collasso del contesto
306	10.3 Online e offline sempre più interconnessi, verso la realtà ibrida
310	10.4 Il culto dell'amatore e il prosumerismo
313	10.5 Sharing economy e gig economy
317	10.6 Quarta rivoluzione industriale e Industria 4.0
323	<i>Parole chiave</i>
323	<i>Autoverifica</i>
324	<i>Bibliografia essenziale</i>
325	<i>Bibliografia</i>
343	<i>Indice dei nomi</i>