

Indice generale

Parte Prima

La comunicazione: forme, contesti, implicazioni

1. Forme della comunicazione umana	Pag. 11
1.1 <i>Comunicazione e informazione</i>	» 11
1.2 <i>Forme del comunicare e sviluppo sociale</i>	» 13
1.3 <i>Dai segnali alla parola</i>	» 14
Finestra 1: Il «vecchio» e il «nuovo»: l'utilità della trasmissione orale della conoscenza nella nostra cultura multimediale - Autore di riferimento: Robert K. Merton	» 18
Scheda 1	» 20
1.4 <i>Dalla scrittura alla stampa</i>	» 22
1.5 <i>La stampa a caratteri mobili</i>	» 24
Finestra 2: L'età del manoscritto e l'età della stampa: un con- fronto - Autore di riferimento: Marshall McLuhan	» 25
Scheda 2	» 26
2. Nascita e sviluppo dei mass media	» 31
2.1 <i>L'Ottocento e la società dell'informazione</i>	» 31
2.2 <i>La stampa diventa mezzo di comunicazione di massa</i>	» 32
2.3 <i>Il telefono e le sue funzioni: passato, presente, futuro</i>	» 35
2.4 <i>Lo spettacolo delle immagini in movimento</i>	» 41
2.5 <i>Il Novecento: la radio e la televisione</i>	» 42
Scheda 3	» 43
2.6 <i>Società e cinema negli anni precedenti il New Deal e il na- zismo</i>	» 48
Finestra n. 3: La Scuola di Francoforte e la cultura di massa .	» 50
2.7 <i>Il cinema durante il nazismo e il fascismo</i>	» 52
2.8 <i>Gli anni Trenta: l'esodo di molti intellettuali europei</i>	» 55
Finestra n. 4: L'ideologia in Marx e Mannheim: un confronto ..	» 57

2.9 <i>Sociologia della conoscenza e sociologia delle comunicazioni di massa</i>	Pag. 59
Finestra n. 5: Sociologia della conoscenza e delle comunicazioni di massa	» 61
 Parte Seconda	
La comunicazione: teorie, ricerche, nodi problematici	
3. Dalla teoria del proiettile magico alle teorie dell'influenza selettiva	» 69
3.1 <i>La teoria del proiettile magico</i>	» 69
3.2 <i>Differenze individuali, processi di differenziazione sociale, dati di relazione</i>	» 72
3.3 <i>Il flusso di comunicazione e di influenza a due stadi: gli opinion leader</i>	» 75
3.4 <i>Gli studi sulla propaganda</i>	» 75
Finestra n. 6: L'effetto boomerang: alcuni esempi - Autori di riferimento: P.F. Lazarsfeld, R.K. Merton	» 77
Scheda 4	» 78
 4. Ricerche e riflessioni su media e violenza	» 83
4.1 <i>La diffusione del mezzo televisivo e le prime ricerche sugli effetti della televisione</i>	» 83
4.2 <i>La violenza in televisione e gli "effetti di coltivazione"</i>	» 85
4.3 <i>La violenza come manipolazione</i>	» 86
Finestra n. 7: Il pubblico e la massa - Autore di riferimento: C. Wright Mills	» 89
Scheda 5	» 91
4.4 <i>La fabbrica del consenso</i>	» 92
 5. Media e potere	» 101
5.1 <i>Il concetto di media</i>	» 101
5.2 <i>I mass media come mezzi "neutrali" o come riproduttori di visioni del mondo dominanti</i>	» 102
5.3 <i>Il concetto di potere</i>	» 103
5.4 <i>Il potere dei media: socializzazione, modellamento, integrazione</i>	» 105
Finestra n. 8: Imperativi funzionali e mass media - Autore di riferimento: Talcott Parsons	» 107

Scheda 6	Pag. 107
5.5 <i>Il potere dei media: la costruzione dei significati</i>	» 109
5.6 <i>La dipendenza dai media</i>	» 112
5.7 <i>Il potere mitopoietico</i>	» 113
6. La rivoluzione digitale	» 119
6.1 <i>Pubblicità economica e pubblicità politica</i>	» 119
6.2 <i>L'informazione on line: la metafora dell'obeso</i>	» 124
6.3 <i>Interazione diretta e forme di interazione mediata</i>	» 126
Finestra n. 9: <i>Interazione diretta e forme di interazione mediata</i> .	» 127
6.4 <i>Analogico e digitale</i>	» 128
6.5 <i>Accumulazione, differenziazione, convergenza al digitale</i> .	» 130
Finestra n. 10: <i>Accumulazione, differenziazione, convergenza...</i>	» 132
Glossario	» 137
Indice dei nomi	» 159