

## Indice generale

### Parte Prima

La comunicazione: forme, contesti, implicazioni

<b>1. Forme della comunicazione umana</b> .....	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
<b>Finestra 1:</b> Il «vecchio» e il «nuovo»: l'utilità della trasmissione orale della conoscenza nella nostra cultura multimediale - Autore di riferimento: Robert K. Merton .....	» 18
<b>Scheda 1</b> .....	» 20
1.4 <i>Dalla scrittura alla stampa</i> .....	» 22
1.5 <i>La stampa a caratteri mobili</i> .....	» 24
<b>Finestra 2:</b> L'età del manoscritto e l'età della stampa: un con- fronto - Autore di riferimento: Marshall McLuhan .....	» 25
<b>Scheda 2</b> .....	» 26
<b>2. Nascita e sviluppo dei mass media</b> .....	» 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
<b>Scheda 3</b> .....	» 43
2.6 <i>Società e cinema negli anni precedenti il New Deal e il na-         zismo</i> .....	» 48
<b>Finestra n. 3:</b> 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
<b>Finestra n. 4:</b> L'ideologia in Marx e Mannheim: un confronto ..	» 57

2.9 <i>Sociologia della conoscenza e sociologia delle comunicazioni di massa</i> .....	Pag. 59
<b>Finestra n. 5:</b> <i>Sociologia della conoscenza e delle comunicazioni di massa</i> .....	» 61

## Parte Seconda

La comunicazione: teorie, ricerche, nodi problematici

<b>3. Dalla teoria del proiettile magico alle teorie dell'influenza selettiva</b> .....	» 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
<b>Finestra n. 6:</b> <i>L'effetto boomerang: alcuni esempi - Autori di riferimento: P.F. Lazarsfeld, R.K. Merton</i> .....	» 77
<b>Scheda 4</b> .....	» 78
<b>4. Ricerche e riflessioni su media e violenza</b> .....	» 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
<b>Finestra n. 7:</b> <i>Il pubblico e la massa - Autore di riferimento: C. Wright Mills</i> .....	» 89
<b>Scheda 5</b> .....	» 91
4.4 <i>La fabbrica del consenso</i> .....	» 92
<b>5. Media e potere</b> .....	» 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
<b>Finestra n. 8:</b> <i>Imperativi funzionali e mass media - Autore di riferimento: Talcott Parsons</i> .....	» 107

<b>Scheda 6</b> .....	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
<b>6. La rivoluzione digitale</b> .....	» 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
<b>Finestra n. 9:</b> <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
<b>Finestra n. 10:</b> <i>Accumulazione, differenziazione, convergenza...</i>	» 132
<b>Glossario</b> .....	» 137
<b>Indice dei nomi</b> .....	» 159