



Cerca notizie, simboli o aziende

Cerca

Accedi

Mail

Home Finanza Il mio portafoglio Panoramica del mercato Quotazioni Finanza personale Industry

Italia markets closed

FTSE MIB

17.690,49
-376,80 (-2,09%)

Dow Jones

24.345,72
-288,14 (-1,17%)

Nasdaq

8.889,55
-25,16 (-0,28%)

Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione sotto l'Albero

BENESSERE Tuo Benessere 30 aprile 2020



Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione sotto l'Albero

In questo blog ci occupiamo spesso della **comunicazione** e delle sue regole soprattutto quando rivolta a un pubblico di soggetti particolarmente sensibili come possono essere i bambini o le persone malate. Tra i consigli di **Arte e salute** per i regali letterari di **Natale** non poteva quindi mancare anche un titolo per appassionati di quel mondo affascinante ma pieno di insidie che è quello dei media. Se esiste ancora. Perché il volume di cui voglio parlarvi è **Quel che resta dei media. Idee per un'etica della comunicazione** di **Armando Fumagalli** e **Gianfranco Bettetini**.

Cerca quotazioni



Visualizzazioni recenti >

La tua lista è vuota.

Potrebbe interessarti anche...



Conte denunciato per alto tradimento della Costituzione da Peluso

notizie.it



Una storia del giornalismo e delle comunicazioni di massa. Ma anche l'insieme di teorie e pratiche della comunicazione e dei media edita da [Franco Angeli](#). Si tratta di una ri-edizione che a più di dieci anni dall'uscita della prima nel 1998, gli Autori ripropongono con una sintesi sugli aspetti più profondi e umanamente più rilevanti del panorama dei media evolutisi nel frattempo. L'esplosione dei reality show, la diffusione delle serie televisive americane, la frantumazione del consumo audiovisivo e l'emergere di nuove forme di intrattenimento sono solo alcune fra le principali questioni che il primo decennio del Duemila ha posto agli studiosi e che sono state affrontate in questa nuova edizione.

Una riflessione autorevole e documentata, chiara ed equilibrata – senza però rinunciare a prendere posizioni anche scomode su temi rilevanti e controversi – sulle principali questioni antropologiche ed etiche messe in gioco dai mezzi di comunicazione di massa.

Il volume si rivolge quindi non solo agli studiosi del settore e ai professionisti della comunicazione, ma anche a tutte quelle persone – insegnanti, educatori, psicologi, sociologi, ma anche responsabili di associazioni familiari, genitori, operatori culturali, responsabili di cineforum, ecc. – che hanno a cuore a diverso titolo l'impatto umano di quello che il panorama mediale in cui siamo immersi ci offre. I capitoli del libro mettono a frutto le migliori acquisizioni dei più recenti studi di etica filosofica e di analisi dei media per una riflessione sui valori e i modelli di vita che vengono proposti da televisione, cinema, stampa quotidiana e periodica e sui loro prevedibili esiti – “quel che resta dei media” – nella vita delle persone e, di riflesso, della società.

A garantire la qualità dell'indagine, i due Autori e curatori.

Gianfranco Bettetini è stato ordinario di Teoria e tecnica delle comunicazioni di massa presso l'Università Cattolica di Milano, dove ha diretto per molti anni quella che oggi è l'Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo. Per molti anni ha affiancato all'attività accademica quella di regista cinematografico, teatrale e televisivo. Attualmente tiene un corso di Semiologia dell'audiovisivo presso l'Università Sor Orsola Benincasa di Napoli.

Armando Fumagalli è ordinario di Semiotica presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, dove dirige il Master Universitario in Scrittura e produzione per la fiction e il cinema. Dal 1999 è consulente di sviluppo progetti per la casa di produzione televisiva Lux vide. Ha tenuto corsi e lezioni presso Rai e Mediaset e in Università e scuole di cinema di diversi Paesi europei, dell'America Latina e di Los Angeles e New York.

Hanno collaborato con loro Paolo Braga, Raffaele Chiarulli, Laura Cotta Ramosino, Luisa Cotta Ramosino, Stefania Garassini, Giulia Gibertoni, Chiara Toffoletto per parlare di: Informazione inutile; Fragilità del sistema; Informazione e democrazia in Internet; Dimensioni della responsabilità morale; Informazione e pubblicità; Difese corporative; La questione dell'obiettività; I limiti del dialogo; La verità nella fiction e nello spettacolo; Dimensioni etiche della narrazione; Il corpo fra dissoluzione e manipolazione; Giovani, amore, identità di genere; La violenza e la rappresentazione del male; I fondamenti di un'etica della pubblicità media e il loro pubblico

Il dettaglio sui contenuti del libro lo trovate nella pagina dedicata nel sito dell'Editore [Franco Angeli](#). Per conoscere gli altri consigli per gli acquisti di Natale non vi resta, invece, che seguirmi, qui su **Arte e salute**.



NIVEA #ShareTheCare

NIVEA Annuncio



Coronavirus, perché non colpisce l'Africa? Le ipotesi sui pochi contagi

notizie.it

“Puzza e non fa la doccia”, la rivelazione su Leonardo DiCaprio

notizie.it

Wall Street chiude in ribasso ma aprile è miglior mese dal 1987

Askanews

MediaWorld XDays. Fino al 7 maggio

MediaWorld XDays Annuncio

Enasarco, 'Fare presto!': in alto mare aiuti coronavirus a iscritti

Askanews