

Prof.ssa Geraldina Roberti

Posizione corrente

In servizio come Professore associato presso il Dipartimento di Scienze umane dell'Università degli Studi dell'Aquila (Settore scientifico-disciplinare SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi).

PUBBLICAZIONI

2020

- "Comprendere la realtà giovanile attraverso la lente dei consumi", in Gobbi L., Gorgolini L. (a cura di), *Giovani e società in Italia tra XX e XXI secolo. Consumi, demografia, genere, istruzione, movimenti migratori, politica*, il Mulino, pp. 69-90, ISBN 978-88-15-28766-3.

2019

- "Sharing Economy and Young People. A Qualitative Explorative Project", in Tejerina B., Miranda de Almeida C., Perugorría I. (eds), *Sharing Society. The Impact of Collaborative Collective Actions in the Transformation of Contemporary Societies*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Leioa, pp. 196-206, ISBN 978-84-9082-678-2 (con A. Mortara).

- "Identità sostenibili. Il nuovo ruolo dei consumi nelle dinamiche della partecipazione sociale giovanile", in *Rivista di Studi politici*, n.3/2019, pp. 128-141, ISSN 1120-4036.

2018

- "The sharing economy and young people: an exploratory research project", in Cruz I., Ganga R., Wahlen S. (eds.), *Contemporary Collaborative Consumption. Trust and Reciprocity Revisited*, Springer VS, pp. 97-129, ISBN 978-3-658-21345-9 (con A. Mortara).

- "From Celebrities to Influencers and back. Web 2.0 and the Emerging Trends in the Celebrity System", in Mascio A., Menarini R., Segre Reinach S., Tolic I. (eds), *The Size Effect. Measuring Design, Fashion and Media*, Mimesis International, pp. 217-227, ISBN 9788869771743 (con A. Mortara).

2017

- *Vite da Millennials. Culture e pratiche comunicative della Generazione Y*, Guerini scientifica, Milano, ISBN 978-88-8107-412-9.

- "The Spread Fashion: an Explorative Research of Italian Fashion Blog", in *Italian Sociological Review*, n. 7(1), pp. 87-104, ISSN 2239-8589 (con A. Mortara).

2016

- "Da appassionato a testimonial. L'evoluzione del blogger", in *Micro & Macro Marketing*, n. 3/settembre 2016, pp. 397-410, ISSN 1121-4228 (con A. Mortara).

- "Giovani adulti e pratiche di fruizione. Un'analisi dei consumi giovanili in chiave generazionale", in Iorio G. (a cura di), *Istantanee di vita giovanile. Per una sociologia delle generazioni*, Natan edizioni, Roma, pp. 91-111, ISBN 9788898134243.

- "Ricostruire le reti sociali attraverso la condivisione delle pratiche fruibili", in *Quaderni in Mutazione* 3/2016, pp. 34-38, ISBN 9788887952827.

- "Culture del consumo fra studenti universitari. Un'analisi degli stili di consumo giovanili", in *Sociologia della Comunicazione*, n. 52, pp. 70-83, ISSN 1121-1733.

2015

- "Dallo sharing allo showing. Un'analisi esplorativa sul ruolo dei fashion blogger", in *Zone Moda Journal. Fashion Convergence*, 5/2015 (rivista fascia a), pp. 36-45, ISSN 2283-7043, ISBN 978-88-6598-6059 (con A. Mortara).

- "Giovani consumatori o giovani cittadini? Analizzare il consumo responsabile in un'ottica di cittadinanza", in *Culture della sostenibilità*, 16/2015, pp. 71-82, ISSN 1972-5817, doi: 10.7402/CdS.16.082.

- "La rappresentazione del lavoro fra i giovani. L'esperienza degli studenti della Marsica", in R. Rauty (a cura di), *Giovani e Mezzogiorno*, Orthotes, Napoli, pp. 251-264, ISBN 978-88-9314-015-7.

- "Dinamiche della socialità giovanile dopo il terremoto", in *Quaderni in Mutazione*, 2/2015, pp. 49-53, ISBN 9788889568446.

2014

- "The influence of family socialization on consumer choices of young people. A case study of female university students", in *Italian Journal of Sociology of Education*, 6(3) (rivista fascia a), pp. 41-69, ISSN 2035-4983.

- "Capitale culturale e prassi giovanili di consumo nella Marsica", in *Scuola democratica*, 2/2014 (rivista fascia a), pp. 417-440, ISSN: 1129-731X, doi: 10.12828/77424.

2013

- *La generazione responsabile. Giovani, consumi e formazione in un contesto locale*, Guerini e Associati, Milano, ISBN 978-88-8107-356-6.

- Consumo responsabile e partecipazione nelle prassi giovanili. Una ricerca sui giovani della Marsica, in *Sociologia del lavoro*, n. 4 (rivista fascia a), pp. 113-126 ISSN 0392-5048, doi 10.3280/SL2013-132009.

- "Introduzione", in Roberti G., Anzera G., *Diventare adulti al tempo della crisi. Una ricerca sui giovani della Marsica*, Bonanno editore, Acireale-Roma, pp. 11-13, ISBN: 978-88-96950-27-2.

- "Una generazione allo specchio" in Roberti G., Anzera G., *Diventare adulti al tempo della crisi. Una ricerca sui giovani della Marsica*, Bonanno editore, Acireale-Roma, pp. 15-36, ISBN: 978-88-96950-27-2.

- "Tra sogno e realtà. Percezione di sé e universo valoriale" in Roberti G., Anzera G., *Diventare adulti al tempo della crisi. Una ricerca sui giovani della Marsica*, Bonanno editore, Acireale-Roma, pp. 37-51, ISBN: 978-88-96950-27-2.

- "In futuro. Tra vecchie paure e nuove opportunità", in Roberti G., Anzera G., *Diventare adulti al tempo della crisi. Una ricerca sui giovani della Marsica*, Bonanno editore, Acireale-Roma, pp. 99-115, ISBN: 978-88-96950-27-2.

- "Con il sostegno della Rete. Analisi dei messaggi di solidarietà giunti all'Università dell'Aquila dopo il terremoto" in Farinosi M., Micalizzi A. (a cura di), *Net-Quake. Media digitali e disastri naturali*, Milano, FrancoAngeli, pp. 32-51, ISBN: 9788820417437.

2012

- In relazione al consumo. Legami sociali e pratiche di fruizione sui SNS, in *Sociologia della Comunicazione*, n. 43, pp. 178-189, ISSN 1121-1733, doi 10.3280/SC2012-043016.

- "Branding identity. Facebook, brands and self construction", in Comunello F. (ed.), *Networked Sociability and Individualism: Technology for Personal and Professional Relationships*, IGI Global, Hershey/PA, pp. 147-168, ISBN: 978-16-13503-38-6 (con A. Marinelli).

2011

- *Il senso dei giovani per il consumo. Nuove generazioni, identità e relazioni sociali*, Bonanno editore, Acireale-Roma, ISBN 978-8877968685.

- "La presenza assente. Reti e rapporti sociali al tempo del terremoto" in Rauty R. (a cura di), *Il sapere dei giovani*, Aracne editrice, Roma, pp. 323-332, ISBN: 978-88-548-4179-6.

- "Marcare l'identità. Consumi, brand e costruzione del sé attraverso i SNS", in Krippendorff K., La Rocca G. (a cura di), *Ricerca qualitativa e giovani studiosi*, Social Books, Palermo, 2011, pp. 170-176, ISBN: 978-88-95279-18-3.

- "Il terremoto in prima pagina. L'impatto sociale di una tragedia collettiva" in Osservatorio sul terremoto, Università dell'Aquila (a cura di), *Il terremoto dell'Aquila. Analisi e riflessioni sull'emergenza*, Edizioni L'Una, L'Aquila, pp. 135-158, ISBN: 978-88-96319-15-4.

- "Reti di parole. Solidarietà e partecipazione sociale nelle parole degli studenti dell'Università dell'Aquila", in Osservatorio sul terremoto, Università dell'Aquila (a cura di), *Il terremoto dell'Aquila. Analisi e riflessioni sull'emergenza*, Edizioni L'Una, L'Aquila, pp. 161-170, ISBN: 978-88-96319-15-4.

- Brand identity/Personal identity. Processi di costruzione identitaria attraverso i brand sui Social Network Site, *Cultura e Comunicazione*. Rivista Pic-Ais, n. 2, 2011, pp. 19-25, ISSN 2036-9700 (con A. Marinelli).

2009

- "Giovani generazioni: consumi multipli per identità complesse", in R. Rauty (a cura di), *La ricerca giovane. Percorsi di analisi della condizione giovanile*, Kurumuny edizioni, Lecce, pp. 105-112, ISBN: 978-88-95161-28-0.

- "L'università che resiste", *Mediazione*, ISSN: 1970-7606.

2007

- "Il pubblico de I Simpson attraverso l'analisi dei dati di ascolto", in C. Peperoni (a cura di), *I Simpson. Il ventre onnivoro della tv postmoderna*, Roma, Bulzoni, pp. 245-269, ISBN: 978-88-7870-240-0.

2006

- "Percorsi identitari giovanili" in L. Bovone, P. Volontè (a cura di), *Comunicare le identità. Percorsi della soggettività nell'età contemporanea*, Milano, Franco Angeli, pp. 237-251, ISBN: 8846475615.

2005

- *Mediamente giovani. Percorsi, stili e consumi culturali*, Bulzoni, Roma, ISBN: 88-7870-023-1.

- "ER. Emergency room" in F. Monteleone (a cura di), *Cult series. Le grandi narrazioni televisive nell'America di fine secolo*, Roma, Dino Audino Editore, pp. 94-112, ISBN: 88-7527-122-4.

- "La radio: origini e sviluppo" (con F. Gentile), in M. Morcellini (a cura di), *Il Medioevo italiano. Industria culturale, TV e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Roma, Carocci (n.e.), pp. 241-260, ISBN: 88-430-3125-2.

2002

- "Nella rete dell'informazione", in M. Morcellini e A. Pizzaleo (a cura di), *Net Sociology. Interazioni tra scienze sociali e Internet*, Milano, Guerini e associati., pp. 183-189, ISBN: 88-8335-300-5

- "Sull'onda degli ascolti. I tanti pubblici della radio", in E. Menduni (a cura di), *La radio. Percorsi e territori di un medium mobile e interattivo*, Bologna, Baskerville, pp. 119-127, ISBN: 88-8000-012-8.

- "Non leggono. Perché? Giovani e quotidiani: indagine sul lato oscuro dell'informazione", *Problemi dell'informazione*, n.1, marzo 2002, pp. 91-105, ISSN: 0390-5195; doi 10.1445/4160.

- "TV, bambini e luoghi comuni", *Media duemila*, ISSN: 0393-0599.

2001

- Mario Morcellini e Geraldina Roberti (a cura di), *Multigiornalismi. La nuova informazione nell'età di Internet*, Milano, Guerini e associati, ISBN: 88-8335-174-6.

- "Tra romanticismo e multimedialità: l'evoluzione della figura del giornalista", in Mario Morcellini e Geraldina Roberti (a cura di), *Multigiornalismi. La nuova informazione nell'età di Internet*, Milano, Guerini e associati, pp. 61-69, ISBN: 88-8335-174-6.

2000

- "Le origini della critica televisiva in Italia" in *Schola Salernitana*, Annali III-IV, 1998-1999, Avagliano Editore, pp. 333-350, ISBN/ISSN: 88-8309-053-5.

- Traduzione del saggio tratto da N. Signorielli e M. Morgan (a cura di), Cultivation Analysis. New directions in media effects research, in A. Marinelli, G. Fatelli (a cura di), *Tele-visioni. Il pubblico come volontà e come rappresentazione*, Roma, Meltemi, pp. 23-46, ISBN 88-8353-003-9.