Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI SOCIOLOGIA DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/08 (GSPS-06/A)

CFU

8

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Gli studenti dovranno conseguire:

1. Conoscenze e capacità di comprensione: delle forme e dei linguaggi della comunicazione nella società complessa attraverso l'acquisizione di competenze sui principali modelli e teorie di riferimento in ambito comunicativo. Gli studenti conseguono tali conoscenze di base attraverso la visione delle lezioni e lo studio dei testi. 2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: attraverso l'abilità ad analizzare i linguaggi dell'informazione e le diverse tipologie di fruizione. 3. Capacità di giudizio: riflessione critica sulle dinamiche evolutive della relazione tra nuove tecnologie mediali e società e sulle trasformazioni in atto delle forme della comunicazione interpersonale mediata in pubblico. 4. Abilità comunicative: gli studenti avranno la possibilità, attraverso l'esposizione del materiale didattico e le lezioni, di argomentare utilizzando un linguaggio appropriato coerentemente con le lezioni erogate 5. Capacità di apprendimento: agli studenti vien richiesto di adottare un metodo di apprendimento critico capace di connettere competenze teoriche e analisi empirica, orientandosi alla specificazione di un pensiero autonomo.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l’iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.

Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica interattiva (DI)

è Redazione di un elaborato

è Partecipazione a web conference

è Svolgimento delle prove in itinere con feedback

è Svolgimento della simulazione del test finale

Libri di riferimento

1. Mazzoli L., Il patchwork mediale. Comunicazione e informazione fra media tradizionali e media digitali, Franco Angeli, Milano, 2017.

2. Benjamin W., L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, Einaudi, Torino, 2011.

3. Mazzoli L., Cross-news. L’informazione dai talk Show ai social media, Codice, Torino, 2013.

4. Mazzoli L. (a cura di), Raccontare la cultura, FrancoAngeli, Milano, 2018

OBIETTIVI

Il corso intende fornire un inquadramento teorico complessivo sulla sociologia della comunicazione, a partire dagli autori classici che hanno definito il concetto di modernità, fino alle concettualizzazioni più avanzate relative ai media digitali.

Un obiettivo ulteriore è quello di offrire strumenti teorici, ma anche di tipo applicativo, che possano essere utili per l'analisi socio-comunicativa della società contemporanea in quanto società complessa.

Verranno inoltre fornite conoscenze di base sulle principali teorie dei media della comunicazione con un approfondimento sulla realtà dei social media, sul mondo dell'informazione e con un particolare interesse per l’informazione culturale e audio-visiva, temi fondamentali per una visione ampia e articolata della realtà comunicativa contemporanea, essenziale per i futuri professionisti della comunicazione.

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - SOCIOLOGIA DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE

2 - DIAGRAMMI DI SCHRAMM E IL CONCETTO DI FEEDBACK

3 - I REGISTRI DELLA COMUNICAZIONE. LA SINTATTICA

4 - I REGISTRI DELLA COMUNICAZIONE. LA SEMANTICA

5 - I REGISTRI DELLA COMUNICAZIONE. LA PRAGMATICA

6 - GLI ASSIOMI DELLA PRAGMATICA DELLA COMUNICAZIONE

7 - LE PATOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE PRAGMATICA

8 - ASSIOMI E SOCIAL MEDIA

9 - INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE: CONCETTI CHE NECESSITANO DI ESSERE CHIARITI

10 - COMPLESSITÀ SOCIALE

11 - MICRO-MACRO LINK

12 - LE TEORIE DI LUHMANN E HABERMAS: PROPOSTA ERMENEUTICA

13 - CRITICA ALLE TEORIE NEORAZIONALISTA E ERMENEUTICA

14 - SFERA PUBBLICA E MEDIA

15 - OPINIONE PUBBLICA E MEDIA

16 - GLI ITALIANI E LE FAKE NEWS

17 - LA MODERNITÀ PER W. BENJAMIN

18 - LA MODERNITÀ PER GEORG SIMMEL

19 - LA MODERNITÀ: BENJAMIN E SIMMEL A CONFRONTO

20 - INTRODUZIONE ALL EVOLUZIONE DEI MEDIA. LA DIMENSIONE SOCIALE DELLA COMUNICA...

21 - LA TEORIA IPODERMICA (BULLET THEORY)

22 - LE TEORIE DELL'INFLUENZA SELETTIVA E IL CONCETTO DI OPINION LEADER

23 - SELETTIVITÀ INDIVIDUALE E FRAME

24 - LE TEORIE DEGLI EFFETTI A LUNGO TERMINE E L?AGENDA SETTING

25 - L'APPROCCIO AI MEDIA DI M. MCLUHAN

26 - I LEGAMI SOCIALI E LA COMUNICAZIONE

27 - LE 6 FASI TECNICHE E LE 3 FASI SOCIALI DI INTERNET

28 - SPAZI IRRIDUCIBILI

29 - IL CONCETTO DI PATCHWORK MEDIALE

30 - PATCHWORK E INFORMATION DIVIDE. IL RACCONTO DI NEWS-ITALIA

31 - MEDIA MAINSTREAM E MEDIA NON MAINSTREAM: IL CASO DEI TALK SHOW

32 - LA RICERCA SUI TALK SHOW IN ITALIA. LO SPETTATORE CONTEMPORANEO

33 - LA RICERCA SUI TALK SHOW IN ITALIA. DIETA MEDIALE E INTERAZIONI

34 - CULTURA E MEDIA E CONSUMI CULTURALI

35 - IL PATRIMONIO CULTURALE E I SUOI FRUITORI

36 - L'INFORMAZIONE CULTURALE E MUSEALE IN ITALIA. COME SI COMUNICANO I MUSEI

AGENDA

/**/
144 ore di studio individuale