PROGRAMMA DEL CORSO DI SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

SETTORE SCIENTIFICO	
5PS/08	
CFU CFU	
12	

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, temi fondamentali per una visione ampia e articolata della realtà comunicativa contemporanea, essenziale per i futuri professionisti della comunicazione. Un tema di approfondimento sarà la comunicazione politica e il ruolo che svolgono i media digitali tra narrazione, storytelling e data journalism e il loro rapporto con i media mainstream.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/

Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti dovranno conseguire 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 frequenza delle lezioni e lo studio dei testi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti dovranno conseguire capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso l'abilità ad analizzare i linguaggi dell'informazione e le diverse tipologie di fruizione.

Autonomia di giudizio

Gli studenti dovranno acquisire l'abilità di 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. Tale capacità di giudizio dovrà essere applicata nella preparazione dell'esame finale.

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.

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 nella 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 EROGATIVA (DE)

/**/

72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione

Impegno totale stimato: 72 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

/**/

Redazione di un elaborato

Partecipazione a una web conference

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 12 ore

ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

216 ore per lo studio individuale

LIBRO DI RIFERIMENTO

/**/

Dispense del docente.

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

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

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

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

PROGRAMMA DIDATTICO

- 1. Introduzione alla sociologia della comunicazione
- 2. I concetti della sociologia. Azione, relazione, interazione sociale
- 3. I concetti della sociologia. Struttura sociale, attore individuale e attore collettivo
- 4. I concetti della sociologia: le istituzioni sociali (famiglia, religione e stratificazione sociale)
- 5. I concetti della sociologia: società, sfera pubblica e opinione pubblica
- 6. I concetti della sociologia: i media, la comunicazione e la società
- 7. I concetti della sociologia: attori e processi della politica e società
- 8. La nascita dello Stato moderno
- 9. Le teorie dell'evoluzionismo e gli inizi della sociologia scientifica
- 10. Jeremy Bentham e l'utilitarismo
- 11. Claude-Henri de Saint-Simon
- 12. Auguste Comte
- 13. Herbert Spencer
- 14. Alexis de Tocqueville
- 15. Émile Durkheim: la divisione del lavoro sociale; norme, diritto e società
- 16. Émile Durkheim: anomia e suicidio; il pensiero corporativo
- 17. Un sociologo-giurista: Léon Duguit

- 18. Karl Marx. Classi sociali e critica delle ideologie
- 19. Karl Marx. L' alienazione e il materialismo dialettico
- 20. Max Weber: tipi ideali, agire sociale e sociologia del potere
- 21. Max Weber: burocrazia e amministrazione; la sociologia delle religioni
- 22. Georg Simmel
- 23. Vilfredo Pareto e l'elitismo
- 24. La Scuola di Chicago (e l'ecologia sociale urbana)
- 25. Il totalitarismo
- 26. Talcott Parsons
- 27. Michel Foucault
- 28. La teoria critica e la Scuola di Francoforte
- 29. L'interazionismo simbolico. George Herbert Mead
- 30. La sociologia fenomenologica. Erving Goffman
- 31. L'etnometodologia
- 32. Alain Touraine
- 33. Pierre Bourdieu
- 34. Anthony Giddens
- 35. Jurgen Habermas e l'agire comunicativo
- 36. Niklas Luhmann e la teoria dei sistemi sociali
- 37. Le organizzazioni nella teoria sociologica
- 38. Homo oeconomicus e teorie della rational choice
- 39. Daniel Bell, la critica della teoria critica e la società postindustriale
- 40. Marshall McLuhan e la Scuola di Toronto
- 41. Società di massa e industria culturale
- 42. Il postmoderno
- 43. Manuel Castells, l'informazionalismo e la network society
- 44. Comunicazione sociale e media
- 45. Sociologia della politica e comunicazione politica
- 46. Dalla spirale del silenzio al framing e al clima, l'opinione
- 47. Dalla società di massa alla società senza classi

- 48. Lo spazio della politica nell'informazione digitale
- 49. I mezzi di comunicazione di massa nell'Ottocento
- 50. Mass media e politica del secolo breve
- 51. I talk politici e le differenze tra radio e tv
- 52. Le categorie del marketing politico
- 53. Il campaigning elettorale e la campagna permanente
- 54. Lo storytelling e la politica narrativa
- 55. Il ruolo dei social media nella narrazione politica
- 56. Le analisi politiche di Facebook
- 57. La leadership e la comunicazione
- 58. La disintermediazione nella società contemporanea fra mainstream e social network
- 59. Personalizzazione e disintermediazione nella comunicazione politica
- 60. Storia delle ICT
- 61. ICT e intelligenza artificiale
- 62. Il potere dell'algoritmo e la comunicazione politica e sociale
- 63. Lo spazio della politica nell'informazione digitale
- 64. Misinformation, fake, bot e troll
- 65. Big data e predictive analytics
- 66. Going public e fast politics
- 67. Cambiamenti delle culture politiche e comunicazione digitale
- 68. La social media politics
- 69. Immaginari della politica. La serialità televisiva
- 70. Il pubblico, le narrazioni, la serialità in tv
- 71. Immaginari della politica. Videogiochi e gamification
- 72. L'opinione pubblica nell'età della digitalizzazione