



Facoltà di Studi Classici, Linguistici e della Formazione
Anno Accademico 2021/2022
Corso di studi in Lingue e Culture Moderne, classe di laurea L-11

Insegnamento	Sociologia dei processi comunicativi
CFU	6
Settore Scientifico Disciplinare	SPS/08 – Sociologia dei processi culturali e comunicativi
Metodologia didattica	Lezione frontale
Nr. ore di aula	36
Nr. ore di studio autonomo	114
Mutuazione	Nessuna
Annualità	I
Periodo di svolgimento	II semestre

Docente	E-mail	Ruolo¹	SSD docente
Gabriella Polizzi	gabriella.polizzi@unikore.it	PA	SPS/08

Propedeuticità	Nessuna
-----------------------	---------

Sede delle lezioni	Plesso del Rettorato (Sede centrale dell'Ateneo).
---------------------------	---

Orario delle lezioni

L'orario delle lezioni è pubblicato al seguente indirizzo:

https://gestioneaule.unikore.it/agendaweb_unikore/index.php?view=easycourse&lang=it

Obiettivi formativi

Il corso analizza il rapporto tra comunicazione e società.

A tale scopo, la prima parte del corso propone una lettura sociologica di tre campi della comunicazione – la *comunicazione faccia a faccia*, la *comunicazione di massa* e la *comunicazione online* – ed illustra i principali approcci teorici e di ricerca empirica caratterizzanti ciascun campo.

La seconda parte del corso analizza fenomeni trasversali rispetto ai tre ambiti comunicativi suddetti e riconducibili al campo della produzione e del consumo mediale, e a quello dell'avvento di nuovi modelli di società basati sulla comunicazione online.

¹ PO (professore ordinario), PA (professore associato), RTD (ricercatore a tempo determinato), RU (Ricercatore a tempo indeterminato), DC (Docente a contratto).

Contenuti del Programma

PARTE I

Concetti fondamentali:

- a) Il concetto di "informazione" secondo Gregory Bateson.
- b) Il processo di comunicazione (focus sulla teoria matematica della comunicazione di Claude E. Shannon e Warren Weaver).
- c) Piani di analisi di un sistema di segni: sintassi, semantica e pragmatica.
- d) Il concetto di "comunicazione": da "trasferimento d'informazioni" a "costruzione condivisa di significati".
- e) Analogie e differenze tra comunicazione umana e comunicazione animale.

PARTE II

La comunicazione faccia a faccia:

- a) La comunicazione verbale (focus sull'ipotesi della relatività linguistica di Sapir-Whorf e sui suoi aspetti critici).
- b) La comunicazione non verbale (focus su quattro principali sistemi di comunicazione non verbale: il sistema paralinguistico, cinesico, prossemico e aptico).
- c) I cinque assiomi della comunicazione umana secondo Paul Watzlawick e gli altri esponenti della Scuola di Palo Alto.
- d) Il ruolo della comunicazione all'interno della "rappresentazione della vita quotidiana" secondo Erving Goffman.

PARTE III

La comunicazione di massa:

Il programma prevede lo studio delle trasformazioni dei mezzi di comunicazione di massa e dei connessi mutamenti sociali, con un approfondimento delle seguenti teorie sugli *effetti sociali dei media*:

- a) Il modello dell'*ago ipodermico* (o teoria del proiettile magico).
- b) La teoria degli *effetti limitati dei media*.
- c) La teoria degli *usi* e delle *gratificazioni*.
- d) Gli effetti sociali dei media secondo la *teoria critica* (Scuola di Francoforte).
- e) Gli effetti sociali dei media secondo i Cultural Studies (Scuola di Birmingham: focus sul modello di *Encoding/Decoding* di Stuart Hall).
- f) Gli effetti sociali dei media secondo gli esponenti della Scuola di Toronto.
- g) Il modello dei *differenziali di conoscenza* (o teoria del *knowledge gap*).
- h) La teoria della *coltivazione*.
- i) La teoria della *spirale del silenzio*.
- j) L'ipotesi dell'*agenda-setting*.

PARTE IV

La comunicazione online e i nuovi modelli di società basati su di essa:

- a) Convergenza mediale e avvento del mondo digitale; analogie e differenze tra "vecchi media" (mass media) e "nuovi media" (media digitali).
- b) Storia sociale di Internet.
- c) La costruzione dell'identità online.
- d) Legami forti, legami deboli e capitale sociale online.
- e) Social network e tecnologie mobili.
- f) La società dell'informazione e della conoscenza:
 - f.1) dalla società moderna alla società in rete;
 - f.2) dati, big data, open data, disinformazione e algoritmi;
 - f.3) disuguaglianze digitali;
 - f.4) dalla società in rete alla società delle piattaforme.

PARTE V

La produzione e il consumo mediale:

- a) La produzione mediale:
 - a.1) la produzione mediale ed i suoi aspetti critici secondo i teorici dell'economia politica della comunicazione;
 - a.2) il sistema dell'industria culturale secondo Paul M. Hirsch;
 - a.3) il processo di costruzione delle notizie in ambito giornalistico;
 - a.4) La costruzione di un palinsesto televisivo: criteri e strategie.
- b) Il contenuto dei media (focus su informazione giornalistica e su pubblicità).
- c) Il consumo mediale: il pubblico dei media; i sistemi di rilevazione del consumo mediale (focus sul sistema di rilevazione degli ascolti televisivi Auditel).

Risultati di apprendimento (descrittori di Dublino)

I risultati di apprendimento attesi definiti secondo i parametri europei descritti dai cinque descrittori di Dublino sono:

1. Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*)

Alla fine del corso gli studenti e le studentesse acquisiranno conoscenza e capacità di comprensione dei principali approcci teorici e di ricerca empirica prodotti nel campo della sociologia della comunicazione e riguardanti lo studio di tre ambiti della comunicazione: la comunicazione faccia a faccia, la comunicazione di massa e la comunicazione online.

Gli studenti e le studentesse acquisiranno, inoltre, conoscenza e capacità di comprensione di fenomeni trasversali rispetto ai tre ambiti comunicativi suddetti e riconducibili al campo della produzione e del consumo mediale, e a quello dell'avvento di nuovi modelli di società basati sulla comunicazione online.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (*applying knowledge and understanding*)

Attraverso la trattazione di vari casi di studio condotta a lezione, specie quelli riguardanti siti di social network, gli studenti e le studentesse acquisiranno la capacità di applicare le conoscenze acquisite all'analisi di fenomeni contemporanei in ambito socio-comunicativo, col fine ultimo di sviluppare un approccio auto-riflessivo sulle proprie pratiche comunicative nella vita quotidiana, sui processi di produzione e consumo mediale e sull'avvento di nuovi modelli di società basati sulla comunicazione online.

3. Autonomia di giudizio (*making judgements*)

Sulla base dei saperi acquisiti, gli studenti e le studentesse svilupperanno consapevolezza delle questioni attualmente più rilevanti che riguardano il rapporto tra mezzi di comunicazione e società, e saranno in grado di interpretare in maniera critica i modelli di società basati sulla comunicazione online, in via di continua trasformazione, come anche i processi di produzione e di consumo mediale nei quali si troveranno ad operare, sia come futuri/e laureati/e in Lingue e culture moderne sia come cittadini/e chiamati/e a partecipare alla vita di una società sempre più "mediatizzata".

4. Abilità comunicative (*communication skills*)

Gli studenti e le studentesse dovranno mostrare padronanza del linguaggio scientifico che caratterizza gli studi sociologici, in generale, e l'ambito della sociologia della comunicazione, in particolare.

Inoltre, mediante la trattazione in aula di temi relativi alla comunicazione faccia a faccia e alla comunicazione tramite i media di massa e i media digitali, gli studenti e le studentesse rifletteranno criticamente sulle proprie abilità di comunicazione attuali e potenziali, anche nella prospettiva di integrare tali abilità con quelle più specificamente linguistiche previste tra gli obiettivi formativi del Corso di laurea in Lingue e culture moderne.

5. Capacità di apprendimento (*learning skills*)

Al termine del corso gli studenti e le studentesse dovranno avere sviluppato quelle capacità di apprendimento che sono necessarie per intraprendere in maniera autonoma successivi studi nel campo delle scienze della comunicazione e, in particolare, in quello della sociologia della comunicazione, utili nel percorso accademico e professionale futuro.

Testi per lo studio della disciplina

1. Paccagnella L. (2020). *Sociologia della comunicazione nell'era digitale*. Il Mulino, Bologna.
Il programma prevede lo studio di tutti i capitoli.
2. Boni F. (2006). *Teorie dei media*. Il Mulino, Bologna.
Il programma prevede lo studio degli argomenti trattati nei paragrafi 1, 2, 3 e relativi sottoparagrafi del Capitolo 2.

Modalità di accertamento delle competenze

L'esame consiste in un compito scritto contenente 5 domande a risposta aperta, da completare al massimo entro 90 minuti di tempo.

Gli studenti e le studentesse sosterranno la prova scritta muniti/e di proprie penne indelebili (nere o blu) e di libretto universitario (o, in sua assenza, di un valido documento di riconoscimento).

I fogli per le risposte saranno forniti dalla docente.

Le 5 domande a risposta aperta del compito tendono ad accertare il possesso delle abilità e delle conoscenze disciplinari previsti dal corso (descrittori di Dublino).

La valutazione è espressa in trentesimi con eventuale lode e viene effettuata sulla base dei seguenti criteri: aderenza della risposta al tema oggetto della domanda; correttezza della risposta; completezza della risposta; chiarezza dei concetti espressi; appropriatezza del lessico specifico della disciplina.

Dopo la correzione del compito scritto, in caso di risposte non leggibili o poco chiare, gli studenti e le studentesse potranno essere convocati/e dalla docente per offrirle eventuali chiarimenti orali.

Date di esame

Date e orari degli esami sono pubblicati all'indirizzo seguente:

https://gestioneaule.unikore.it/agendaweb_unikore/index.php?view=easytest&lang=it

Modalità e orario di ricevimento

Il ricevimento si tiene di norma il venerdì dalle ore 9.30 alle 11.00 dietro appuntamento, da concordare con la docente inviandole un'e-mail all'indirizzo gabriella.polizzi@unikore.it.

È possibile concordare un appuntamento anche in altri giorni e orari della settimana.

Il ricevimento si effettua in una delle due modalità seguenti:

- in presenza, nello studio della docente (plesso D, Facoltà di Scienze dell'Uomo e della Società, piano terra, corridoio di sinistra, studio n. 29);
- a distanza, tramite link di collegamento alla piattaforma Google Meet inviato dalla docente.