



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ENNA "KORE"

Facoltà di Studi Classici, Linguistici e della Formazione  
 Anno Accademico 2022/2023  
 Corso di studi in Lingue e Culture Moderne  
 classe di laurea L-11

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

<b>Docente</b>	<b>E-mail</b>	<b>Ruolo<sup>1</sup></b>	<b>SSD docente</b>
<b>Gabriella Polizzi</b>	<a href="mailto:gabriella.polizzi@unikore.it">gabriella.polizzi@unikore.it</a>	PA	SPS/08

<b>Propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Prerequisiti</b>	Non vi sono prerequisiti specifici differenti da quelli richiesti per l'accesso al Corso di laurea
<b>Sede delle lezioni</b>	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](https://gestioneaule.unikore.it/agendaweb_unikore/index.php?view=easycourse&lang=it)

## Obiettivi formativi

L'insegnamento analizza il rapporto tra comunicazione e società.

A tale scopo, la prima parte delle lezioni 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 delle lezioni 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.

<sup>1</sup> 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 indicati dai cinque descrittori di Dublino, sono:

- 1. Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*).** Mediante le lezioni frontali 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, cioè la *comunicazione faccia a faccia*, la *comunicazione di massa* e la *comunicazione online*. Acquisiranno, inoltre, conoscenza e capacità di comprensione di fenomeni trasversali rispetto ai tre suddetti ambiti comunicativi 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 casi di studio condotta a lezione, gli studenti e le studentesse acquisiranno la capacità di applicare le conoscenze acquisite all'analisi di fenomeni contemporanei in ambito socio-comunicativo. Nell'applicare tali conoscenze gli studenti e le studentesse saranno stimolati dalla docente ad adottare un approccio riflessivo nei confronti delle proprie pratiche comunicative quotidiane, spesso date per scontate, ed uno sguardo analitico nei confronti sia degli attuali processi di produzione e consumo mediale sia dell'avvento futuro di possibili nuovi modelli di società basati sulla comunicazione online.
- 3. Autonomia di giudizio (*making judgements*).** Attraverso il dibattito su alcuni casi di studio, guidato in aula dalla docente, e mediante la suddivisione in piccoli gruppi e la presentazione orale da parte di ciascun gruppo, dei principali temi oggetto della precedente lezione, gli studenti e le studentesse svilupperanno consapevolezza delle questioni attualmente più rilevanti e controverse che riguardano il rapporto tra mezzi di comunicazione e società. Impareranno ad 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*).** Mediante la suddivisione in piccoli gruppi e la presentazione orale, da parte di ciascun gruppo, dei principali temi oggetto della precedente lezione, gli studenti e le studentesse – con la guida della docente – svilupperanno un uso consapevole del lessico che caratterizza il campo di studi della sociologia, in generale, e l'ambito della sociologia della comunicazione, in particolare. Inoltre, mediante la trattazione in aula di casi di studio 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*).** Con riferimento ai temi trattati a lezione, la docente indicherà agli studenti e alle studentesse linee di ricerca di loro interesse e relative fonti bibliografiche, affinché possano intraprendere in maniera autonoma e consapevole ulteriori studi nel campo 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.

## Metodi e strumenti per la didattica

- Lezioni frontali.
- Trattazione di casi di studio in aula e dibattito di gruppo guidato dalla docente.
- Suddivisione in piccoli gruppi e presentazione orale, da parte di ciascun gruppo, dei principali temi oggetto della precedente lezione.
- Simulazione delle possibili domande incluse nella prova scritta d'esame e autovalutazione delle conoscenze acquisite con riferimento sia ai contenuti del programma sia al lessico specifico della disciplina.

## Modalità di accertamento delle competenze

L'accertamento dei risultati di apprendimento avverrà attraverso una prova scritta consistente in 5 domande a risposta aperta, da completare al massimo entro 90 minuti di tempo.

Per sostenere la prova scritta occorre munirsi di proprie penne indelebili (nere o blu) ed esibire il proprio libretto universitario (o, in sua assenza, il proprio documento di riconoscimento).

I fogli per le risposte saranno forniti dalla docente.

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; chiarezza dei concetti espressi; completezza della risposta; capacità di effettuare collegamenti pertinenti tra il tema oggetto della domanda e altri temi inclusi nel Programma; uso appropriato del lessico specifico della disciplina.

Sulla base delle proprie competenze linguistiche, gli studenti e le studentesse **Erasmus** potranno scegliere se sostituire la prova scritta in lingua italiana:

- con una prova scritta in lingua inglese o spagnola;
- oppure con una prova orale in lingua inglese, italiana o spagnola.

Gli studenti e le studentesse **Erasmus** informeranno la docente della loro scelta al massimo 5 giorni prima della data dell'esame, inviandole un'email all'indirizzo [gabriella.polizzi@unikore.it](mailto:gabriella.polizzi@unikore.it).

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

## Modalità e orario di ricevimento

Modalità e calendario aggiornato dei ricevimenti della docente sono pubblicati all'indirizzo seguente:

<https://unikore.it/cdl/lingue-e-culture-moderne-indirizzi-europeo-arabo-cinese/persona-e-regolamenti/gabriella-polizzi/>