



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ENNA “KORE”**  
**Facoltà di Studi Classici, Linguistici e della Formazione**

<b>Corso di Laurea</b>	<b>L-11/LINGUE E CULTURE MODERNE</b>
<b>A.A.</b>	<b>2016-2017</b>
<b>Docente</b>	<b>Gabriella Polizzi</b>
<b>e-mail</b>	<a href="mailto:gabriella.polizzi@unikore.it">gabriella.polizzi@unikore.it</a>
<b>S.S.D. e denominazione disciplina</b>	<b>SPS/08 - Sociologia dei processi comunicativi</b>
<b>Tipologia insegnamento</b>	Base
<b>Annualità</b>	1° anno
<b>Periodo di svolgimento</b>	2° semestre
<b>C.F.U.</b>	6
<b>Nr. ore in aula</b>	36
<b>Nr. ore di studio autonomo</b>	114
<b>Giorni ed orari delle lezioni</b>	Consultare il calendario delle lezioni all'indirizzo <a href="http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-moderne-attivita-didattiche/calendario-lezioni">http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-moderne-attivita-didattiche/calendario-lezioni</a> e sue eventuali variazioni all'indirizzo <a href="http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-moderne-attivita-didattiche/lingue-culture-moderne-news-lezioni">http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-moderne-attivita-didattiche/lingue-culture-moderne-news-lezioni</a>
<b>Sede delle lezioni</b>	Sede del Corso di laurea all'interno del Plesso centrale
<b>Prerequisiti</b>	Nessuno
<b>Propedeuticità</b>	Nessuna
<b>Obiettivi formativi</b>	<p>Il corso analizza il rapporto tra comunicazione e società.</p> <p>A tale scopo, la prima parte del corso propone una lettura sociologica di tre campi della comunicazione – la <i>comunicazione interpersonale</i>, la <i>comunicazione di massa</i> e la <i>comunicazione mediata dal computer</i> – ed illustra i principali approcci teorici e di ricerca empirica caratterizzanti ciascun campo.</p> <p>La seconda parte del corso prevede l'approfondimento di tre aree di studio: il consumo mediale; la produzione mediale; i contenuti medialì.</p>
<b>Contenuti del programma</b>	<p><b>1. Concetti fondamentali:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Il concetto di “informazione” secondo Gregory Bateson.</li><li>b) Il processo di comunicazione (focus sulla teoria matematica della comunicazione di Claude E. Shannon e Warren Weaver).</li><li>c) Piani di analisi di un sistema di segni: sintassi, semantica e pragmatica.</li><li>d) Analogie e differenze tra comunicazione umana e comunicazione animale.</li></ul> <p><b>2. La comunicazione interpersonale:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) La comunicazione verbale (focus sull'ipotesi della relatività linguistica di Sapir-Whorf e sui suoi aspetti critici).</li><li>b) La comunicazione non verbale (focus su quattro principali sistemi di comunicazione non verbale: i sistemi paralinguistico, cinesico, prossemico e aptico).</li><li>c) Assiomi della comunicazione umana (Paul Watzlawick e la Scuola di Palo Alto).</li><li>d) La comunicazione come “presentazione del se” e “rappresentazione” secondo Erving Goffman.</li></ul>

<p><b>Contenuti del programma</b></p>	<p><b>3. La comunicazione di massa:</b>  Il programma prevede lo studio delle seguenti teorie sugli <i>effetti sociali dei media</i>:  a) Il modello dell'<i>ago ipodermico</i> (o teoria del proiettile magico).  b) La teoria degli <i>effetti limitati dei media</i>.  c) La teoria degli <i>usi</i> e delle <i>gratificazioni</i>.  d) Gli effetti sociali dei media secondo la <i>teoria critica</i> (Scuola di Francoforte).  e) Gli effetti sociali dei media secondo i Cultural Studies (Scuola di Birmingham: focus sul modello di <i>Encoding/Decoding</i> di Stuart Hall).  f) Gli effetti sociali dei media secondo Marshall McLuhan e gli studiosi della Scuola di Toronto.  g) Teoria della <i>coltivazione</i>.  h) Ipotesi dell'<i>agenda-setting</i>.  i) Modello dei <i>differenziali di conoscenza</i> (o teoria del <i>knowledge gap</i>).  j) Teoria della <i>spirale del silenzio</i>.</p> <p><b>4. La comunicazione mediata dal computer:</b>  a) Analogie e differenze tra mass media e nuovi media.  b) Tipi di comunicazione mediata dal computer (<i>one-to-one</i>; <i>one-to-many</i>; <i>many-to-many</i>).  c) Generazioni di studi sulla comunicazione mediata dal computer.  d) Il processo di costruzione dell'identità online.  e) Le comunità virtuali.  f) Web 2.0 e contenuti generati dagli utenti.</p> <p><b>5. Il consumo mediale, la produzione mediale ed i contenuti medialì:</b>  a) Concetti preliminari per lo studio del consumo dei media: pubblico, audience e target.  b) I sistemi di rilevazione degli ascolti televisivi: focus sul sistema Auditel.  c) La pubblicità: scopi, logiche e caratteristiche.  d) Il sistema dell'industria culturale secondo Paul .M. Hirsch.  e) La produzione mediale ed i suoi aspetti critici secondo i teorici dell'economia politica della comunicazione.  f) Il processo di costruzione delle notizie in ambito giornalistico.  g) La costruzione di un palinsesto televisivo: criteri e strategie.  h) I generi medialì e la loro utilità per produttori medialì, distributori e pubblici.  i) Gli eventi medialì.  j) I culti televisivi.  k) Le funzioni sociali dei testi medialì secondo Francesco Casetti e Federico Di Chio.</p>
<p><b>Metodologia didattica</b></p>	<p>Lezioni frontali</p>
<p><b>Risultati attesi</b></p>	<p>I risultati di apprendimento attesi definiti secondo i parametri europei descritti dai cinque descrittori di Dublino sono:</p> <p><b>1. Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>)</b>  Alla fine del corso gli studenti 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 interpersonale, la comunicazione di massa e la comunicazione mediata dal computer.  Gli studenti acquisiranno, inoltre, conoscenza e capacità di comprensione di fenomeni, trasversali rispetto ai tre ambiti comunicativi suddetti, e riconducibili al campo dei consumi medialì, della produzione mediale e dei contenuti medialì.</p> <p><b>2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>)</b>  Attraverso la trattazione di vari casi di studio condotta a lezione, gli studenti acquisiranno la capacità di applicare le conoscenze acquisite all'analisi di fenomeni contemporanei in ambito socio-comunicativo riguardanti, in particolare, il campo dei consumi medialì e quello della produzione mediale.</p>

<b>Risultati attesi</b>	<p><b>3. Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>)</b> Sulla base dei saperi acquisiti, gli studenti 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 processi di consumo e produzione mediale nei quali essi si troveranno ad operare, sia come futuri laureati in Lingue e culture moderne sia come cittadini chiamati a partecipare alla vita di una società sempre più “mediatizzata”.</p> <p><b>4. Abilità comunicative (<i>communication skills</i>)</b> Gli studenti 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 tecniche di gestione della comunicazione interpersonale – argomento previsto tra i <i>Contenuti del programma</i> (punto 2) – gli studenti affineranno le proprie abilità comunicative, anche nella prospettiva di integrarle con quelle più specificamente linguistiche previste tra gli obiettivi formativi del Corso di laurea in Lingue e culture moderne.</p> <p><b>5. Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>)</b> Al termine del corso gli studenti dovranno avere sviluppato quelle capacità di apprendimento che sono necessarie per intraprendere in maniera autonoma studi successivi nel campo delle scienze della comunicazione, utili nel successivo percorso accademico e professionale.</p>
<b>Modalità di valutazione</b>	<p>L’esame consiste in una prova scritta della durata massima di 90 minuti, contenente cinque domande a risposta aperta.</p> <p>Dopo la correzione della prova scritta, lo studente potrà essere convocato dalla docente per offrire eventuali chiarimenti orali su specifiche risposte.</p>
<b>Testi adottati</b>	<p>1) Paccagnella L. (2010), <i>Sociologia della comunicazione</i>, il Mulino, Bologna. Il programma prevede lo studio di tutti i capitoli. Sono esclusi gli argomenti trattati nel paragrafo 7 del capitolo 2 e nel paragrafo 8 del capitolo 3. Per quanto riguarda gli studi audiometrici sul pubblico – argomento trattato nel paragrafo 6 del capitolo 3 – il programma include soltanto il sistema di rilevazione degli ascolti televisivi Auditel.</p> <p>2) Boni F. (2006), <i>Teorie dei media</i>, il Mulino, Bologna. Il programma prevede lo studio del capitolo 2, e dei paragrafi 1 e 2 del capitolo 3.</p>
<b>Ricevimento studenti</b>	<p>Il ricevimento si tiene il lunedì dalle ore 11.15 alle 13.15 dietro appuntamento. Lo studio della docente, sede del ricevimento, si trova nel plesso della Facoltà di Scienze dell’Uomo e della Società (piano terra, corridoio di sinistra, studio 19).</p> <p>In considerazione dell’elevato numero di tesisti presenti al ricevimento, si consiglia di concordare un appuntamento con la docente al massimo due giorni prima della successiva data di ricevimento, inviandole un’e-mail all’indirizzo <a href="mailto:gabriella.polizzi@unikore.it">gabriella.polizzi@unikore.it</a>.</p> <p>In coincidenza con esami o impegni istituzionali e di ricerca della docente, il calendario dei ricevimenti potrebbe subire modifiche. Pertanto, si consiglia di controllare eventuali aggiornamenti al seguente indirizzo: <a href="http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-persone/docenti-del-corso/itemlist/category/1803-prof-gabriella-polizzi">http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-persone/docenti-del-corso/itemlist/category/1803-prof-gabriella-polizzi</a></p>