



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

Corso di Laurea	L-11/LINGUE E CULTURE MODERNE
A.A.	2018-2019
Docente	Gabriella Polizzi
e-mail	gabriella.polizzi@unikore.it
S.S.D. e denominazione disciplina	SPS/08 - Sociologia dei processi comunicativi
Tipologia insegnamento	Base
Annualità	1° anno
Periodo di svolgimento	2° semestre
C.F.U.	6
Nr. ore in aula	36
Nr. ore di studio autonomo	114
Giorno/i ed orario delle lezioni	Consultare il calendario delle lezioni all'indirizzo http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-moderne-attivita-didattiche/calendario-lezioni e sue eventuali variazioni all'indirizzo http://www.unikore.it/index.php/lingue-culture-moderne-attivita-didattiche/lingue-culture-moderne-news-lezioni
Sede delle lezioni	Sede del corso di laurea all'interno del Plesso centrale
Prerequisiti	Nessuno
Propedeuticità	Nessuna
Obiettivi formativi	<p>Il corso analizza il rapporto tra comunicazione e società.</p> <p>A tale scopo, il 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 attraverso i media digitali</i> – ed illustra i principali approcci teorici e di ricerca empirica caratterizzanti ciascun campo.</p> <p>La seconda parte del corso prevede l'approfondimento dei processi di produzione e di consumo mediale.</p>
Contenuti del programma	<p>1. Concetti fondamentali:</p> <ul style="list-style-type: none">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. <p>2. La comunicazione interpersonale:</p> <ul style="list-style-type: none">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 (Paul Watzlawick e la Scuola di Palo Alto).d) La comunicazione come “presentazione del sé” e “rappresentazione” secondo Erving Goffman.

<p>Contenuti del programma</p>	<p>3. La comunicazione di massa: 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 la Scuola di Toronto. g) La teoria della <i>coltivazione</i>. h) L'ipotesi dell'<i>agenda-setting</i>. i) Il modello dei <i>differenziali di conoscenza</i> (o teoria del <i>knowledge gap</i>). j) La teoria della <i>spirale del silenzio</i>.</p> <p>4. La comunicazione attraverso il computer ed altri media digitali: a) Analogie e differenze tra “vecchi media” (mass media) e “nuovi media” (media digitali). b) Storia sociale di Internet. c) Tipi di comunicazione mediata dal computer (<i>one-to-one</i>; <i>one-to-many</i>; <i>many-to-many</i>). d) Generazioni di studi sulla comunicazione mediata dal computer. e) Il processo di costruzione dell'identità online. f) Le comunità virtuali. g) Web 2.0, contenuti generati dagli utenti e <i>peer production</i>. h) I social network sites: h1. Storia sociale e caratteristiche tecnologiche e comunicative dei social network sites; h2. I processi relazionali sui social network sites: focus sulle teorie di George Simmel, Barry Wellman, Joshua Meyrowitz, John Thompson e Manuel Castells; analogie e differenze tra relazioni sociali online mediate dai social network sites e relazioni sociali offline.</p> <p>5. La produzione ed il consumo mediale: a) Il sistema dell'industria culturale secondo Paul M. Hirsch. b) La produzione mediale ed i suoi aspetti critici secondo i teorici dell'economia politica della comunicazione. c) Il processo di costruzione delle notizie in ambito giornalistico. d) Concetti preliminari per lo studio del consumo dei media: pubblico, audience e target. e) I sistemi di rilevazione degli ascolti televisivi: focus sul sistema Auditel. f) La costruzione di un palinsesto televisivo: criteri e strategie. g) La pubblicità: scopi, logiche e caratteristiche.</p>
<p>Metodologia didattica</p>	<p>Lezioni frontali</p>
<p>Risultati attesi</p>	<p>I risultati di apprendimento attesi definiti secondo i parametri europei descritti dai cinque descrittori di Dublino sono:</p> <p>1. Conoscenza e capacità di comprensione (<i>knowledge and understanding</i>) 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 interpersonale, la comunicazione di massa e la comunicazione attraverso i media digitali. 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 dei consumi medialità.</p> <p>2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione (<i>applying knowledge and understanding</i>) 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.</p> <p>3. Autonomia di giudizio (<i>making judgements</i>) 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</p>

Risultati attesi	<p>società e saranno in grado di interpretare in maniera critica 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”.</p> <p>4. Abilità comunicative (<i>communication skills</i>) 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 interpersonale e alla comunicazione tramite i media di massa ed 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.</p> <p>5. Capacità di apprendimento (<i>learning skills</i>) 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, utili nel percorso accademico e professionale futuro.</p>
Modalità di valutazione	<p>L’esame consiste in un compito scritto contenente 5 domande a risposta aperta, da completare al massimo entro 90 minuti di tempo.</p> <p>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.</p> <p>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) e sono così suddivise:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. la domanda 1 verte su argomenti trattati ai punti 1 e 2 del programma; 2. la domanda 2 verte su argomenti trattati al punto 2 e 3 del programma; 3. la domanda 3 verte su argomenti trattati al punto 3 e 4 del programma; 4. la domanda 4 verte su argomenti trattati al punto 4 del programma; 5. la domanda 5 verte su argomenti trattati al punto 5 del programma. <p>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.</p> <p>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.</p>
Testi adottati	<ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Boni F. (2006), <i>Teorie dei media</i>, il Mulino, Bologna. Il programma prevede lo studio dei paragrafi 1, 2, 3 e relativi sotto-paragrafi del Capitolo 2. 3. Iannelli L. (2011), <i>Facebook & Co. Sociologia dei social network sites</i>, Guerini scientifica, Milano. Il programma prevede lo studio dei Capitoli 1 e 2.
Ricevimento studenti	<p>Il ricevimento si tiene il lunedì dalle ore 11.15 alle 13.15 dietro appuntamento, da concordare con la docente al massimo due giorni prima, inviandole un’e-mail all’indirizzo gabriella.polizzi@unikore.it.</p> <p>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 29).</p>