Insegnamento	Sociologia della Comunicazione CA
Livello e corso di studio	Lettere – Studi Umanistici
Settore scientifico disciplinare (SSD)	SPS/08
Anno di corso	1
Numero totale di crediti	12
Docente	Pasquale Mallozzi (pasquale.mallozzi@unicusano.it)
Presentazione	Il corso intende sviluppare una riflessione sul ruolo e sulla pervasività della comunicazione nella società contemporanea. Attraverso lo studio della comunicazione come oggetto scientifico verrà analizzato il contributo che le scienze sociali hanno dato alla fondazione delle scienze della comunicazione. Ampio spazio è dedicato al nesso che lega la nascita e lo sviluppo dei mezzi di comunicazione alle principali trasformazioni culturali e istituzionali del mondo moderno, ai modelli comunicativi, ai paradigmi della socializzazione mediata, alle trasformazioni etiche ed esperienziali legate al sempre più ampio accesso alle tecnologie interattive e di rete. Viene inoltre offerta una ricostruzione storica e teorica dell'esercizio e del controllo del potere e della ridefinizione della dicotomia pubblico-privato. Una parte del corso (3 crediti) è riservata alla storia sociale della comunicazione e ai rapporti tra la comunità, la società e gli strumenti di comunicazione. Si acquisiranno conoscenze sul modo in cui i mezzi di comunicazione hanno assunto nella storia, e assumono nei diversi contesti, significati, usi e funzioni sociali differenti, così come si analizzeranno i processi di produzione mediatica e la produzione di significato e della soggettività nelle pratiche di ricezione nei diversi contesti socio-culturali. Un'altra parte del corso (3 crediti) è dedicata alla sociologia del giornalismo e dei processi di newsmaking, con particolare attenzione alle scritture giornalistiche dedicate alle diverse piattaforme.
Obiettivi formativi	Approfondire le conoscenze teoriche sulle teorie della comunicazione e analizzare le nuove forme che si sviluppano nelle piattaforme digitali, con particolare attenzione ai Social Network Sites e al processo di convergenza dei media tradizionali con le tecnologie di rete. Il corso punta ad analizzare e sviluppare padronanza rispetto al lessico e ai modelli teorici delle comunicazioni di massa, dell'evoluzione di internet e delle piattaforme digitali (publishing, distribution, social networking), dell'esperienza d'uso che caratterizza la visione non lineare di contenuti audiovideo. Le conoscenze acquisite offrono una solida base di riferimento per comprendere le trasformazioni della comunicazione nella fase della convergenza dei media con riferimento anche agli impatti economici, politici e sociali derivanti dalla presenza ubiqua delle piattaforme mediali nella vita quotidiana, nonché offrire un laboratorio d'analisi riservato alla specifica forma mediale dell'opera multimediale interattiva.

Prerequisiti	Non sono previste particolari propedeuticità o competenze in discipline che si ritengono importanti e/o essenziali per la comprensione dei contenuti del corso.
Risultati di apprendimento attesi	**Conoscenza e capacità di comprensione (KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING)** Al termine del Corso verranno acquisite conoscenze e capacità di comprensione dei principali approcci teorici e di ricerca empirica prodotti nel campo della sociologia della comunicazione: in particolare la comunicazione faccia a faccia, la comunicazione di massa e la comunicazione online. Verranno inoltre acquisite conoscenze e capacità di comprensione di fenomeni trasversali rispetto agli ambiti comunicativi riconducibili al campo della produzione, del consumo mediale anche legato all'avvento di nuovi modelli di società basati sulla comunicazione online. **Applicazione della conoscenza e comprensione (APPLYING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING)** Verrà acquisita la capacità di applicare le conoscenze apprese all'analisi di fenomeni contemporanei in ambito socio-comunicativo. Gli studenti e le studentesse saranno stimolati 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 strumenti online **Capacità di trarre conclusioni (ABILITY TO DRAW CONCLUSIONS)** Le studentesse e gli studenti svilupperanno consapevolezza relativamente alle questioni 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 sia come cittadini/e chiamati/e a partecipare alla vita di una società sempre più "mediatizzata". **Abilità comunicative (COMMUNICATION SKILLS)** Lo studente sarà in grado di descrivere e sostenere conversazioni attraverso l'acquisizione di un linguaggio specifico che consenta di esprimere in modo chiaro le conoscenze acquisite nell'ambito degli argomenti proposti ed analizzati. 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. Le studentesse e gli studenti 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 Lettere. **Capacità di apprendere (LEARNING SKILLS)** Lo studente al termine del Corso avrà conoscenza delle nozioni fondamentali riguardo lacapacità di analizzare e valutare gli aspetti legati alla sfera comunicativa nelle pratiche quotidiane e nelle professioni soprattutto legate alle scritture giornalistiche e alle pratiche comunicative istituzionali

Organizzazione dell'insegnamento	L'insegnamento di "Sociologia della Comunicazione CA" prevede 12 CFU, che corrispondono a un carico di studio di almeno 300 ore da parte dello studente, sviluppato attraverso lezioni preregistrate audio-video, slide, dispense e altre risorse didattiche di supporto. Le dispense sono organizzate in forma ipertestuale con riferimenti e link a risorse multimediali. Caratteristiche e argomenti delle e-tivity sono disponibili in piattaforma. In particolare, il carico totale di studio è così suddiviso: - 220 ore di didattica erogativa (DE) ovvero per la visualizzazione e lo studio del materiale videoregistrato; - 80 ore di didattica interattiva (DI) comprensiva dei test di autovalutazione e della consegna di e-tivity (facoltativa). Si consiglia di distribuire lo studio della materia uniformemente in un periodo di 12 settimane, dedicando tra le 20 e le 25 ore di studio a settimana. Sono previste e-tivity (con valutazione da 0 a 4 e con caratteristiche e modalità specificate sul forum) legate alle scritture giornalistiche e multimediali
Contenuti del corso	***Programma base: 6 crediti*** **MODULO 1** (*6 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 25 ore – settimana 1)* 1/ Un'introduzione; 2/ Sociologia figlia della modernità; 3/ Comunicazione: di cosa parliamo?; 4/ informazione vs relazione; 5/ Modelli della comunicazione; 6/ Modelli: da lineari a circolari **MODULO 2** (6 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 25 ore – settimana 2) 7/ Informazione: la teoria matematica; 8/ Relazione: l'uomo, animale simbolico; 9/ Non si può non comunicare; 10/ Comunicazione e potere: le teorie critiche; 11/ Il mezzo è il messaggio: la Scuola di Toronto; 12/ Cosa fanno le persone con i media: il pubblico della stampa **MODULO 3** *(6 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 25 ore – settimana 3)* 13/ Modernità e metropoli; 14/ Le comunicazioni di massa: il giornale 16/ Comunicazioni di massa: la televisione; 15/ Comunicazioni di massa: suono e immagini; 17/ Una nuova logica del consumo; 18/ C'erano una volta i new media **MODULO 4** (*6 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 25 ore – settimana 4)* 19/ La rivoluzione conservativa; 20/ Insieme ma soli; 21/ Dal walkman alla società reticolare; 22/ Società connessa; 23/ L'interazionismo dei pubblici connessi; 24/ Dai territori alle piattaforme; **MODULO 5** (*6 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 25 ore – settimana 5)* 25/ Una società di corsa; 26/ L'internet dei social e delle "cose"; 27/ Distribuire conoscenza: questione di sharing; 28/ Il potere (?) dei media: l'opinione pubblica; 29/ Siamo tutti giornalisti; 30/ La notizia si fa bolla **MODULO 6** (*6 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 25 ore – settimana 6)* 31/ Effetti dei media; 32/ Dal proiettile magico al two-step flow; 33/ Gli effetti forti, il ritorno; 34/ Differenziali di conoscenza; 35/ L'agenda dei social; 36/ Gli effetti (?) della persuasione: la pubblicità

	Programma integrativo: 3 crediti >"Storia sociale della comunicazione" *(18 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 75 ore – settimana 7/8/9)* Oralità e scrittura. Le conseguenze dell'alfabetizzazione in Occidente. L'industria dei media. Diritto d'autore e copyright. Nuovi generi letterari. Stampa e informazione. La forza del vapore: the Times. Letteratura, giornali, mercato. La "penny press": nasce il giornalismo moderno. La stampa e la guerra. Dal trasporto alla trasmissione. La riorganizzazione di spazio e tempo. Una passione moderna: l'amore di sé. Dal mondo degli affari all'abitazione privata. Il senso della comunità. Le reti di comunicazione globali. I cinquant'anni che sconvolsero le comunicazioni. Le macchine per il suono. Dalle Esposizioni al cinema. Estetizzazione della vita quotidiana. La comunicazione di massa: la radio. L'età della televisione. Computer, rete, digitalizzazione ***Programma integrativo: 3 crediti >"Giornalismi"*** *(18 lezioni di teoria videoregistrate + studio individuale dello studente + test di autovalutazione per un impegno di 75 ore – settimana 10/11/12)* Il giornalismo, il concetto di notizia, il newsmaking, la conoscenza della realtà mediata, le agende dei media, l'opinione pubblica, le scritture giornalistiche.
Materiali di studio	Il materiale didattico, a cura del docente e presente in piattaforma, è suddiviso in 9+3 moduli e ricoprono interamente il programma. Per ciascun modulo sono previste dispense, slide e videolezioni: insieme a testi di approfondimento disponibili sempre in piattaforma, rappresentano tutti gli elementi necessari per affrontare lo studio della materia. Le dispense sono pensate in formato ipertestuale, con approfondimenti e link a risorse multimediali. Si consiglia, quindi, una fruizione online. Nelle dispense, diviso per moduli, è previsto un elenco di testi di riferimento consigliati per eventuali approfondimenti.
Modalità di verifica dell'apprendimento	L'esame consiste nello svolgimento di una prova scritta tendente ad accertare le capacità di analisi e rielaborazione dei concetti acquisiti. In accordo con il modello formativo del Corso di Studi, la valutazione finale dell'insegnamento, espressa in trentesimi, prende in considerazione anche l'attività svolta in itinere dallo studente e valutata attraverso il punteggio assegnato alle Etivity proposte (da 0 a 4) La prova scritta prevede domande a risposta singola e/o aperte. I risultati di apprendimento attesi sulle conoscenze della materia e la capacità di applicarle sono valutate dalla prova scritta, mentre le abilità comunicative, la capacità di trarre conclusioni e la capacità di autoapprendimento sono valutate in itinere attraverso le e-tivity. La prova orale consiste in un colloquio teso ad accertare il livello di preparazione attraverso 3 domande (di natura teorica e/o applicativa) che riguardano l'intero programma dell'insegnamento: ogni domanda ha uguale dignità e pertanto consente di ottenere un voto massimo pari a 10. Nelle due modalità d'esame particolare attenzione viene posta sulla capacità dello studente di rielaborare, applicare e presentare con proprietà di linguaggio il materiale presente in piattaforma.

	In sede di valutazione finale, si terrà conto anche della partecipazione ai forum (aule virtuali) e al corretto svolgimento delle e-tivity proposte.
Criteri per l'assegnazione dell'elaborato finale o tesi di laurea	L'assegnazione dell'elaborato finale avverrà sulla base di un colloquio con il docente in cui lo studente manifesterà i propri specifici interessi in relazione a qualche argomento che intende approfondire; non esistono preclusioni alla richiesta di assegnazione della tesi e non è prevista una media particolare per poterla richiedere.