

## **PROGRAMMA DEL CORSO DI COMUNICAZIONE DI MASSA E NEW MEDIA**

### **SETTORE SCIENTIFICO**

SPS/08

### **CFU**

12

### **RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**

#### Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti dovranno acquisire conoscenza dei concetti e delle teorie della comunicazione, finalizzate alla comprensione delle dinamiche della comunicazione e delle forme della produzione culturale contemporanea.

#### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti dovranno essere in grado di analizzare i linguaggi e le specificità dei diversi media. La presentazione di dati e casi di studio consentirà agli studenti di acquisire capacità di applicare i concetti teorici agli ambiti della cultura contemporanea.

#### Autonomia di giudizio

Gli studenti dovranno essere in grado di leggere criticamente le dinamiche evolutive della relazione tra media e società e le trasformazioni della comunicazione.

#### Abilità comunicative

Gli studenti dovranno sviluppare capacità argomentative e acquisire il linguaggio disciplinare specifico.

### **PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI**

1. Introduzione al corso
2. Comunicazione e cultura
3. La comunicazione verbale e non verbale
4. La pragmatica della comunicazione umana
5. Interazione, comunicazione, rappresentazione
6. La comunicazione di massa
7. La nascita dei mezzi della comunicazione di massa
8. Introduzione alle teorie dei media
9. La teoria ipodermica
10. L'approccio della persuasione
11. L'approccio degli effetti limitati
12. Il funzionalismo e l'approccio uso e gratificazioni
13. Teoria critica e teoria culturologica
14. I "cultural studies"
15. Le teorie comunicative
16. La scuola di Toronto
17. La spirale del silenzio
18. La teoria della coltivazione
19. La teoria dell'agenda setting
20. Limiti e integrazioni dell'agenda setting
21. Il newsmaking
22. Modernità e comunicazione
23. La Rete: origini e fasi di sviluppo
24. La dimensione macro della Rete: la teoria della Network Society
25. La dimensione macro della rete: lavoro e potere
26. La dimensione micro della Rete: relazioni e vita quotidiana
27. La Rete e il capitale sociale
28. Gli usi sociali del Web
29. Problemi aperti e questioni etiche della Rete
30. I divari digitali

31. Il digitale in Italia
32. I nuovi linguaggi della televisione
33. L'evoluzione della televisione
34. La radio nell'era digitale
35. Social network: fenomenologia della connessione
36. Social network: forme di inclusione comunicativa e pratiche online
37. Le performance della relazione sui social network
38. Le cosmesi della presenza sui social network
39. Media e minori
40. Minori online
41. Generazioni always on
42. Dalla Tv generation alla app generation: il caso di TikTok
43. Promuovere le competenze digitali
44. La scuola digitale
45. Il giornalismo e i media digitali
46. Il citizen journalism
47. Il brand journalism
48. La fruizione dell'informazione
49. I giovani e l'informazione
50. Hate speech
51. Fake news e disinformazione
52. Iniziative e strumenti di contrasto alla disinformazione
53. Stili di rapporto con la politica al tempo del digitale
54. Cultura, media e consumo
55. La mappa dei consumi culturali in Europa
56. I festival culturali
57. Il marketing culturale
58. Media tradizionali e digitali per il marketing culturale
59. Strategie e strumenti di marketing culturale
60. Social media e cultura

61. Le digital PR
62. Il consumo sostenibile e responsabile
63. Engagement e sostenibilità
64. Gli eventi e le fiere sul tema della sostenibilità
65. Il Food tra cultura e comunicazione
66. Il social eating
67. Case history sul mondo del Food
68. Case history: Il design industriale italiano
69. Moda, made in Italy, sostenibilità
70. Case history: Communication, Fashion and Food
71. Case history: Il turismo sostenibile
72. Lezione di riepilogo e conclusiva

#### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)**

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale.

- Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi.
- Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione.
- Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla.

#### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)**

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle seguenti tipologie di attività:

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a una web conference
- Partecipazione al forum tematico
- Lettura area FAQ
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback

#### **TESTO CONSIGLIATO**

Boccia Artieri G., Gemini L., Pasquali F., Carlo S., Farci M., Pedroni M., Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online, Guerini Scientifica, 2017.

Maulini A., Comunicare la cultura, oggi. Editrice Bibliografica, Milano, 2019 (capp. 1-4).

Miconi A., Teoria e pratiche del web, Il Mulino, Bologna, 2018.

Morcellini M., Comunicazione e media. Egea, Milano, 2013 (capp. 1, 3, 4)

Wolf M., Teorie delle comunicazioni di massa. Bompiani, Milano, 2011

## **MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO**

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

## **OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA**

Il corso intende fornire un quadro complessivo degli sviluppi della relazione tra media, comunicazione e società, a partire dagli autori classici della sociologia della comunicazione, fino alle prospettive più recenti della Network Society.

Verranno fornite conoscenze di base sulle principali teorie dei media e della comunicazione con un approfondimento sui media digitali, sul mondo dell'informazione, sulla comunicazione e il marketing culturale, temi fondamentali per una lettura ampia e articolata della realtà comunicativa contemporanea.