

insegnamento	Sociologia della Comunicazione
cfu	6
eventuale articolazione in moduli	
anno di corso	1°
semestre	primo
docente	Marica Spalletta
e-mail	m.spalletta@unilink.it
ricevimento	La docente è sempre disponibile alla fine delle lezioni. Altri appuntamenti, in presenza o online, possono essere concordati per mail.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire i seguenti risultati di apprendimento:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** saper padroneggiare i concetti base della sociologia della comunicazione dal punto di vista teorico ed empirico.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** decodificare i prodotti mediatici applicando le principali metodologie di analisi
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** acquisire una visione critica e analitica dei problemi relativi alla costruzione mediale della realtà.
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** acquisire padronanza del vocabolario specialistico della materia e maturare capacità di argomentare pertinentemente nell'esposizione dei problemi.
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** utilizzare gli strumenti concettuali e metodologici per sviluppare una riflessione critica sugli effetti dei processi comunicativi sulla società.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il corso si struttura in due macro-aree tematiche:

1) Storia della comunicazione: le origini della comunicazione; oralità e scrittura; la rivoluzione della stampa; dalla censura al giornalismo; i media elettronici ed elettronici; la pubblicità.

2) Teorie della comunicazione: il processo comunicativo; soggetti e scopi della comunicazione; codici, segni e messaggi; le funzioni della comunicazione; le teorie dei media; competenza, responsabilità e percorsi della fiducia.

EVENTUALI PROPEDEUTICITÀ CONSIGLIATE

--

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME

L'esame si svolge in presenza, presso la sede di accreditamento del Corso di Laurea.

L'esame finale consiste nella realizzazione e discussione di un project work (solo per studentesse/studenti frequentanti) e in un colloquio orale sui principali contenuti del corso.

CRITERI DI VALUTAZIONE

L'esame finale valuterà:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** acquisizione delle nozioni fondamentali relative alla storia e alle teorie della comunicazione.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** capacità di applicare i diversi modelli teorici nell'analisi empirica di prodotti comunicativi.
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** capacità di visione analitica e critica.
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** padronanza dei diversi dizionari specialistici e capacità di esporre efficacemente gli argomenti studiati.
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** la capacità di utilizzare gli strumenti concettuali e metodologici per sviluppare una riflessione critica.

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Nell'attribuzione del voto finale si terrà conto di:

- 1) Partecipazione attiva alle attività didattiche d'aula
- 2) Realizzazione e presentazione del project work (solo per studentesse/studenti frequentanti)
- 3) Esito del colloquio orale.

MATERIALI DIDATTICI

Per la preparazione dell'esame, è fondamentale integrare i contenuti forniti durante le lezioni

con i seguenti testi obbligatori:

- 1) Baldini M. (2003) *Storia della comunicazione*. Roma: Newton & Compton
- 2) Boccia Artieri G., Colombo F., Gili G. (2022) *Comunicare. Persone, relazioni, media*. Roma-Bari: Laterza

In assenza del project work, la/lo studente dovrà altresì studiare il seguente testo obbligatorio:

- 3) Mascio A. (2023) *Serie di moda. Il ruolo dell'abbigliamento nelle narrazioni televisive*. Milano: FrancoAngeli.

CONSIGLI DEL DOCENTE

La didattica si avvale di un approccio interattivo che integra lezioni frontali, analisi di case studies, dibattiti. Pertanto, si consiglia una partecipazione attiva e continuativa alle attività d'aula.