

FACOLTÀ	Facoltà di Scienze della Formazione
ANNO ACCADEMICO	2013-2014
CORSO DI LAUREA TRIENNALE	L20: Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni
INSEGNAMENTO	Sociologia dei nuovi media e Sociologia della comunicazione
TIPO DI ATTIVITÀ	Base
AMBITO DISCIPLINARE	Discipline sociali e mediologiche
CODICE INSEGNAMENTO	15179
ARTICOLAZIONE IN MODULI	SI
NUMERO MODULI	2
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	SPS/08
DOCENTE RESPONSABILE (per entrambe i moduli)	Gianna Cappello (RU) Dipartimento di Beni Culturali – Studi Culturali Università di Palermo
CFU	12
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	220
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	80
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	I
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali
MODALITÀ DI FREQUENZA	consigliata
METODI DI VALUTAZIONE	Prova scritta (Test a risposte multiple e aperte)
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	cfr. Pagina personale della docente su sito di Ateneo o Facoltà di Scienze della Formazione

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:

Sociologia della comunicazione: Acquisire conoscenza e capacità di comprensione degli aspetti costitutivi del processo di comunicazione e delle diverse forme e modalità di comunicazione (comunicazione interpersonale, comunicazione di massa, comunicazione mediata dal computer). Acquisire conoscenze e competenze di base circa i principali approcci teorici in ambito sociologico circa la comunicazione, il suo ruolo e i suoi effetti nella società contemporanea. In chiave monografica, acquisire conoscenza e comprensione delle problematiche legate al rapporto tra comunicazione mediata, minori e processi educativi.

Sociologia dei nuovi media: Durante il corso lo studente acquisirà conoscenza dei principali concetti teorici della sociologia dei nuovi media, propedeutici alla comprensione e ad una lettura consapevole e critica dei fenomeni di produzione, distribuzione e ricezione della cultura nel campo delle nuove tecnologie info-teleumatiche.

CAPACITÀ DI APPLICARE CONOSCENZA E COMPrensIONE

Sociologia della comunicazione: Attraverso la riflessione su casi di studio specifici, il corso mira a sviluppare capacità di conoscenza e comprensione applicate.

Sociologia dei nuovi media: Lo studente applicherà le conoscenze teoriche acquisite nella prima parte del corso alla "lettura" dei processi di produzione, distribuzione e ricezione della cultura, confrontandosi, in particolare, con lo studio di odierni fenomeni culturali "mediati" dagli attori dell'industria dei nuovi media, che lo studente, in prima persona, sperimenta nella sua esperienza di vita quotidiana. Attraverso tali applicazioni, lo studente irrobusterà la propria capacità di adattare ciò che ha appreso all'analisi di contesti simili.

AUTONOMIA DI GIUDIZIO

Sociologia della comunicazione: Capacità di elaborare giudizi autonomi sia rispetto alle tematiche generali trattate, sia rispetto alla ricaduta delle conoscenze apprese nella professione di comunicatore

Sociologia dei nuovi media: Attraverso l'illustrazione di alcuni casi di studio lo studente sarà chiamato a confrontarsi con alcune tematiche odierne relative alla costruzione della cultura attraverso i nuovi media, potenziando in tal modo la sua capacità di interpretazione autonoma del ruolo che i nuovi media e l'industria dei prodotti e servizi digitali hanno assunto e assumeranno nell'ambito nei processi di elaborazione e diffusione delle informazioni a livello globale.

ABILITÀ COMUNICATIVE

Sociologia della comunicazione: Lo studente acquisirà la capacità a rapportarsi con altre figure professionali sui temi della disciplina. Acquisirà adeguate capacità di presentare dati sperimentali e bibliografici e di trasmettere e divulgare l'informazione sui temi trattati. Acquisirà capacità di esprimere giudizi e opinioni personali durante le discussioni in aula e di confrontarsi con i colleghi e con il docente attraverso argomentazioni ragionate e un linguaggio appropriato.

Sociologia dei nuovi media: Durante il corso lo studente acquisirà padronanza del lessico specifico, in particolare con riferimento all'ambito delle teorie sociologiche che hanno trattato i fenomeni legati ai nuovi media. L'acquisizione di un linguaggio specifico, quale richiesto dall'insegnamento, affiancato da dibattiti in aula su questioni attuali, irrobustirà le capacità comunicative dello studente, preparandolo anche a svolgere - dopo la laurea - attività di ricerca e consulenza nell'ambito della comunicazione mediata dal computer a contatto con operatori pubblici e privati e ad inserirsi in qualità di esperto di nuovi media presso istituzioni politiche, amministrative, museali, sanitarie, scolastiche che ne richiedano la presenza.

CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO

Sociologia della comunicazione: Lo studente avrà appreso le nozioni fondamentali che gli consentiranno la loro successiva applicazione nel campo professionale. Acquisirà la capacità di consultare banche dati e riviste specialistiche, apprendere tecniche innovative e strumenti conoscitivi avanzati per l'aggiornamento continuo delle conoscenze.

Sociologia dei nuovi media: Il corso tende a sviluppare nello studente consapevolezza e capacità di apprendimento delle problematiche connesse alla produzione, distribuzione e ricezione della cultura come fenomeni socialmente costruiti e "mediati" per il tramite delle nuove tecnologie info-telematiche, in tal modo irrobustendo la capacità dello studente di affrontare simili questioni nel suo futuro percorso di studio e lavoro.

OBIETTIVI FORMATIVI

Sociologia della comunicazione

Acquisire conoscenza e capacità di comprensione degli aspetti costitutivi del processo di comunicazione e delle diverse forme e modalità di comunicazione (comunicazione interpersonale, comunicazione di massa, comunicazione mediata dal computer).

Acquisire conoscenze e competenze di base circa i principali approcci teorici in ambito sociologico circa la comunicazione, il suo ruolo e i suoi effetti nella società contemporanea. In chiave monografica, acquisire conoscenza e comprensione delle problematiche legate al rapporto tra comunicazione mediata, minori e processi educativi.

MODULO	Sociologia della comunicazione
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
6	La comunicazione interpersonale
6	La comunicazione di massa
6	La comunicazione mediata dal computer
8	Media e vita quotidiana. Il rapporto tra media e minori
6	La socializzazione informale: verso la "socializzazione comunicativa"
6	Media Education ed educazione alla cittadinanza
2	Caso di studio: i media nelle scuole statali palermitane

TESTI CONSIGLIATI	Luciano Paccagnella (2011), <i>Sociologia della comunicazione</i> , il Mulino, Bologna Gianna Cappello (2009), <i>Nascosti nella luce. Media, minori e Media Education</i> , FrancoAngeli, Milano (escluso capitolo 3)
--------------------------	---

<p>OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO</p> <p>Sociologia dei nuovi media</p> <p>Avendo come obiettivo di fondo la riflessione sulla tensione critica tra i miti e le evidenze empiriche circa la Rete e i media digitali in genere, il corso si propone di tracciare un profilo della presenza dei media digitali nella vita quotidiana evidenziando la complessa interdipendenza tra passato e presente dell'innovazione tecnologica, gli aspetti infrastrutturali della relazione su internet, e infine le problematiche circa la dimensione valoriale e le diseguaglianze digitali. Inoltre, attraverso la presentazione di alcuni casi di studio, il corso si propone di studiare alcune tematiche specifiche riguardanti il mondo di Internet e i cosiddetti "nativi digitali".</p>

MODULO	Sociologia dei nuovi media
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
5	Processi comunicativi e media digitali
7	Strumenti. Le infrastrutture della collaborazione su internet
8	Valori. La dimensione etica della network society
4	La costruzione sociale dell'innovazione tecnologica
4	Luoghi, pratiche e identità dell'agire telematico
4	Internet e minori. Luci e ombre di un rapporto "nascosto nella luce"
4	Partecipazione e creatività in rete
4	La media education nell'era del web 2.0
TESTI CONSIGLIATI	<p>Davide Bennato, <i>Sociologia dei media digitali</i>, Laterza, Roma-Bari 2011</p> <p>Gianna Cappello, <i>Ritorno al futuro. Miti e realtà dei nativi digitali</i>, Aracne, Roma 2012</p>