



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Umanistiche
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2020/2021
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2022/2023
CORSO DILAUREA	STUDI FILOSOFICI E STORICI
INSEGNAMENTO	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE
TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50266-Discipline scientifiche demoeetnoantropologiche, pedagogiche, psicologiche e economiche
CODICE INSEGNAMENTO	06557
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SPS/08
DOCENTE RESPONSABILE	RIZZUTO FRANCESCA Professore Associato Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	120
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	30
PROPEDEUTICITA'	
MUTUAZIONI	SOCIOLOGIA DEL GIORNALISMO - Corso: MASS MEDIA AND INSTITUTIONAL COMMUNICATION SCIENCES SOCIOLOGIA DEL GIORNALISMO - Corso: SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PER I MEDIA E LE ISTITUZIONI
ANNO DI CORSO	3
PERIODO DELLE LEZIONI	2° semestre
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	RIZZUTO FRANCESCA Martedì 10:00 12:00 edificio 15, piano 6, stanza 605

DOCENTE: Prof.ssa FRANCESCA RIZZUTO

PREREQUISITI	Gli studenti dovranno possedere conoscenze di base sulle principali teorie della comunicazione pubblica, sui modelli di giornalismo e sulla storia dell'interazione politica, media cittadini in Italia.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione: Conoscenza dei circuiti della comunicazione istituzionale in Italia: gli attori sociali coinvolti, i canali e le strategie discorsive. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione: Sviluppare competenze per l'applicazione sui testi delle specificita' dei linguaggi della comunicazione pubblica, in base alle trasformazioni della normativa. Autonomia di giudizio: Incrementare la capacita' di valutare criticamente l'efficacia delle campagne di comunicazione pubblica, con particolare attenzione all'evoluzione delle dinamiche di interazione tra cittadini e istituzioni in Italia. Abilita' comunicative: Attraverso la presentazione e la discussione in classe di casi specifici, lo studente acquisira' un linguaggio settoriale utile per incrementare l'efficacia dei testi scritti e delle presentazioni orali. Capacita' di apprendimento: Il corso mira a sviluppare la consapevolezza e le capacita' di lettura critica degli studenti per permettergli di comprendere l'evoluzione del diritto all'informazione in Italia.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Gli apprendimenti verranno verificati e valutati attraverso una prova scritta volta ad accertare il possesso delle conoscenze, la comprensione degli argomenti oggetto del corso e le capacita' elaborative dello studente. Il punteggio massimo (30/30) si ottiene se si lo studente mostra spiccata capacita' di elaborazione critica dei contenuti, applicando le conoscenze a casi concreti in modo sintetico ed efficace.
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso si pone l'obiettivo di fornire le conoscenze di base sui principali approcci teorici riguardanti la comunicazione pubblica, focalizzando l'attenzione sull'evoluzione dell'interazione tra Stato e cittadini in Italia. In particolare, verra' approfondito il tema della visibilita' del potere nell'era dei media, in relazione all'affermazione del giornalismo digitale e delle derive populistiche in molti sistemi democratici.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali con l'ausilio di supporto multimediali.
TESTI CONSIGLIATI	1. Ducci G., Relazionalita' consapevole. La comunicazione pubblica nella societa' connessa, Franco Angeli, Milano, 2017 2. Rizzuto F., La societa' dell'orrore. Terrorismo e comunicazione nell'era del giornalismo emotivo, Pisa, Pisa University, 2018 + materiali proposti dalla docente

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
3	Definizioni di comunicazione pubblica
3	Dal regno al cittadino: la comunicazione pubblica nei sistemi democratici europei
3	Giornalismo e diritto all'informazione: la nascita dell'opinione pubblica
3	Da Habermas alla sfera pubblica globale
3	Visibilita' del potere e processi di modernizzazione: l'impatto di mass e personal media
3	Modelli di comunicazione pubblica in Italia
3	La legge 150/2000. Funzioni, strutture e professionalita
3	Interazione tra media e politica in Italia
3	Dalle Brigate Rosse a Bin Laden: strategie comunicative ed effetti.
3	Populismo digitale