**Sociologia e antropologia dei media (con modulo di elementi di didattica disciplinare)**

Prof. Chiara Giaccardi; Prof. Chiara Sammarco

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso ha come oggetto la messa a tema dell'idea di comunicazione e del rapporto tra media e mondo sociale in una chiave socioantropologica e transdisciplinare. L’obiettivo del corso è fornire agli studenti un approccio fondativo alla comunicazione, sul quale si possano innestare le direzioni più applicative (come il marketing) sviluppate in altri corsi, senza perdere di vista la centralità antropologica di questa dimensione.

Il Corso sarà articolato in due moduli:

*Modulo A* - *Sociologia e antropologia dei media*:

Costruirà un percorso di ridefinizione dell'idea di comunicazione, sollecitata dalla natura contributiva del digitale, in una prospettiva critica e transdisciplinare.

*Modulo B* – *Metodologie e tecnologie didattiche*

metterà a disposizione elementi di didattica disciplinare atti a fornire conoscenze e competenze in relazione agli elementi di base delle metodologie e delle tecnologie per la didattica.

Attraverso esercitazioni dedicate si esamineranno le potenzialità dei media digitali nella formazione ai linguaggi della comunicazione e nella progettazione di una didattica partecipativa.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

Con riferimento al Modulo A:

* comprendere che le diverse forme di comunicazione strategica sono applicazioni settoriali di una caratteristica tipicamente umana e complessa che va sempre tenuta sullo sfondo per riconoscere ed evitare le tante derive comunicative osservabili nella società contemporanea (dalle fake news alle diverse forme di manipolazione)
* sviluppare e articolare un approccio criticamente costruttivo alla comunicazione vista come dimensione costitutiva del vivere sociale
* poter contribuire positivamente alla rigenerazione della comunicazione nella sfera pubblica.

Con riferimento al Modulo B:

- utilizzare diversi modelli di progettazione didattica;

- applicare nuove metodologie di apprendimento;

- riconoscere ed utilizzare le diverse tecnologie digitali volte all’incremento di comprensione e partecipazione attiva

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il programma toccherà le seguenti tematiche:

*Modulo A* - *Sociologia e antropologia dei media*:

Il modulo si concentrerà su grandi questioni:

* A partire dall’approccio ai media formulato da McLuhan negli anni ’60 e dalla sua definizione di media come estensioni e come ambiente si affrontano le diverse elaborazioni del tema della sensorialità, anche sulla scorta delle riflessioni in ambito sociologico (Simmel), filosofico (Stiegler), antropologico (Mauss, De Martino, Le Breton) negli studi contemporanei sull’esperienza mediale.
* la dimensione corporea della comunicazione (il corpo come medium) e la questione della distanza sociale e dell’organizzazione dello spazio, anche tenendo conto delle variazioni introdotte dalla pandemia globale di Covid19
* la ridefinizione di comunicazione, al di là del paradigma della trasmissione, come evento sociale 'integrale' e 'generativo'. Il paradigma della generatività sociale sarà applicato all’esplorazione di vie di rigenerazione sociale ed economica nel mondo post-Covid19

*Modulo B* - *Metodologie e tecnologie didattiche*

Il modulo si concentrerà sullo studio dei diversi modelli di progettazione didattica ed un’analisi delle tecnologie didattiche e della media education volti ad innovare i processi di insegnamento e sviluppare consapevolezza d'uso degli stessi strumenti.

Le competenze verranno acquisite attraverso il coinvolgimento attivo degli studenti nella realizzazione di piattaforme digitali legate ai contenuti del corso.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

La bibliografia del corso sarà fornita all’inizio delle lezioni. I materiali del corso saranno indicati e resi disponibili su BlackBoard. Per gli studenti *non frequentanti* (vedi Avvertenze) verrà predisposto un programma alternativo, comunicato in BlackBoard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svilupperà attraverso lezioni frontali (anche registrate o in streaming in caso di accesso alle aule ridotto o precluso); il coinvolgimento degli studenti nella raccolta di materiali da sottoporre ad analisi guidata; l’intervento di esperti e testimoni privilegiati; l’utilizzo di strumenti multimediali e la partecipazione ad attività integrative individuali e in gruppo, anche attraverso i social media; la produzione e condivisione di materiali multimediali da parte degli studenti.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione sarà espressa sulla base di una prova scritta. Gli studenti avranno la possibilità di sostituire la parte di programma relativa alla terza parte (comunicazione generativa) con un elaborato personale da concordare preventivamente con la docente. In linea con l'impostazione generale del corso e l'idea della comunicazione come contribuzione e generazione collettiva di significati, l’accertamento dei risultati di apprendimento - e quindi la valutazione finale - oltre che tramite gli strumenti sopra indicati terrà conto della partecipazione attiva, sia attraverso gli interventi dello studente in aula, sia attraverso i momenti di restituzione dei contenuti tramite la partecipazione individuale o di gruppo alle attività sulle piattaforme utilizzate durante il corso.

Nella valutazione si terrà conto dei seguenti elementi:

- Comprensione delle tematiche affrontate

- Capacità critica nella lettura di fenomeni comunicativi concreti.

- Capacità di comunicare obiettivi e risultati dei progetti.

Contribuiranno inoltre al voto finale:

* la partecipazione alle attività promosse nel quadro delle lezioni;
* la partecipazione a iniziative consigliate e volte a rafforzare competenze complementari (es. competenze di tipo creativo-produttivo o soft);

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Si richiede una conoscenza di base sulla sociologia della comunicazione: si consiglia G. Boccia Artieri-S. Bentivegna, *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Laterza 2019. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/sara-bentivegna-giovanni-boccia-artieri/le-teorie-delle-comunicazioni-di-massa-e-la-sfida-digitale-9788859300502-559060.html?search_string=9788859300502&search_results=1)

La frequenza al corso non è obbligatoria ma vivamente consigliata.

Gli studenti che fossero, per ragioni curriculari (come tirocinii curriculari, mobilità internazionale, ecc.), impossibilitati a frequentare il corso dovranno prendere contatto con le docenti all’inizio del semestre per concordare il programma alternativo.

L’iscrizione alla piattaforma BlackBoard del corso è obbligatoria per tutti gli studenti. Le comunicazioni relative a iniziative, incontri, workshop e altre attività inerenti il corso saranno fornite attraverso la mailing list di BlackBoard.

COVID-19

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Gli orari e le modalità di ricevimento delle docenti sono pubblicati nelle rispettive pagine personali delle docenti. Eventuali richieste possono essere concordate via mail.

Chiara Giaccardi: chiara.giaccardi@unicatt.it

Chiara Sammarco chiaramatia.sammarco@unicatt.it

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)