**Sociologia della comunicazione e dei media digitali**

## Prof. Nicoletta Vittadini

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

L’insegnamento si propone di fornire agli studenti una generale comprensione del rapporto tra il sistema dei media (analogici e digitali) e il contesto sociale contemporaneo. In particolare, il corso fornirà agli studenti le nozioni di base della sociologia della comunicazione utili per comprendere: gli effetti sociali della comunicazione mediata; il rapporto tra media e processi collettivi (informarsi, formarsi un’opinione, produrre e consumare cultura, agire e mobilitarsi); le caratteristiche dei media digitali (Internet e i social media).

Al termine del corso gli studenti saranno in possesso di conoscenze relative alle principali teorie sul rapporto tra media e contesto sociale, sull’opinione pubblica nel contesto digitale, sull’evoluzione della comunicazione nel contesto digitale, su alcune questioni problematiche come la privacy e la fiducia nel sistema dei media digitali. Sulla base di queste conoscenze acquisite gli studenti saranno in grado di sviluppare una autonomia di giudizio relativamente ai principali fenomeni comunicativi della contemporaneità.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Nel corso verranno affrontati i seguenti temi:

– la comunicazione mediale, gli effetti sui processi sociali e sulla formazione dell’opinione pubblica tra media analogici e digitali;

– questioni cruciali aperte dalla digitalizzazione: nuove forme di applicazione delle teorie classiche, questioni relative alla privacy e alla fiducia.

* comunicazione e produzione della cultura nella contemporaneità

Tutti i temi verranno affrontati attraverso la presentazione dei principali autori, analisi di casi e ricerche. Verrà inoltre dimostrata l’attualità delle teorie illustrate attraverso la loro applicazione allo scenario contemporaneo.

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

S. Bentivegna-G. Boccia Artieri, *Le teorie delle comunicazioni idi massa e la sfida digitale*, Laterza, Roma, Bari, 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)

J Van Dijck-T. Poell-M. DeWaal, *Platform society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini, Milano, 2019. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/jose-van-dijck-thomas-poell-martijn-de-waal/platform-society-valori-pubblici-e-societa-connessa-9788881074266-676212.html)

N. Vittadini, *Social media studies*, Milano: Franco Angeli, 2018[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/nicoletta-vittadini/social-media-studies-i-social-media-alla-soglia-della-maturita-storia-teorie-e-temi-9788891768568-547139.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

L’attività didattica comprenderà lezioni frontali a carattere teorico; interventi di ospiti esterni; analisi di casi.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione verrà effettuata attraverso una prova scritta alla fine del corso consistente in quattro domande aperte. Allo studente sarà chiesto di dimostrare una sicura conoscenza: delle questioni affrontate nel corso relativamente alla comunicazione interpersonale; degli autori e delle teorie relative agli effetti sociali dei media; degli autori e dei processi relativi alla trasmissione della cultura nel contesto digitale e alle principali caratteristiche delle audience digitali.

La prova verrà valutata in trentesimi attribuendo a ciascuna domanda un massimo di 7,5 punti.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Tutti gli studenti sono tenuti a verificare eventuali variazioni del programma consultando la pagina Blackboard del corso all’interno del sito web dell’Università.

Avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessità di prerequisiti relativi ai contenuti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Da ottobre 2021 il Prof. Nicoletta Vittadini riceve gli studenti il mercoledì alle ore 15.00 presso il Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo (via S. Agnese, 2).

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