# Sociologia e antropologia dei media

## Prof. Chiara Giaccardi

***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 nel contesto contemporaneo mondializzato e digitalizzato, sul quale si possano innestare le direzioni più applicative sviluppate in altri corsi, senza perdere di vista la centralità antropologica della dimensione comunicativa, in tutte le sue espressioni.

Il Corso sarà articolato in due moduli:

*Modulo A* - Costruirà un percorso di descrizione e interpretazione dello scenario, con particolare attenzione allo sviluppo dei media e alle questioni della sostenibilità e della digitalizzazione. Rispetto si media si forniranno chiavi interpretative per valutare il loro impatto dal punto di vista percettivo, relazionale, sociale, per arrivare poi a una ridefinizione dell'idea stessa di comunicazione, sollecitata dalla natura contributiva del digitale, in una prospettiva critica e transdisciplinare.

*Modulo B* – approfondirà la questione della “comunicazione generativa”, con esempi concreti e forme dididattica partecipata.

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:

– riconoscere e realizzare forme comunicative capaci di valorizzare la specificità antropologica dell’umano nell’era della tecnica;

– mettere in atto processi di deuteroapprendimento (appendere ad apprendere);

– riconoscere e utilizzare le diverse tecnologie digitali volte all’incremento di comprensione e partecipazione attiva.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il programma toccherà le seguenti tematiche:

*Modulo A* -

Il modulo si concentrerà su alcune questioni fondative:

Un inquadramento socioantropologico sullo scenario attuale, dove ormai le stesse idee di globalizzazione e anche di società risultano inadeguate per comprendere il cambiamento, con particolare riferimento alle due dimensioni trainanti della sostenibilità e della digitalizzazione

A partire dall’approccio ai media formulato da McLuhan negli anni ’60 e dalla sua definizione di media come estensioni e come ambiente se ne affrontano le ambivalenze e si approfondiscono 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.

Le dimensioni di spazio e tempo e le loro trasformazioni legate allo sviluppo dei media e ai grandi shock globali.

La ridefinizione di comunicazione, al di là del paradigma della trasmissione, come evento sociale 'integrale', in grado di contrastare l’entropia informativa e gli elementi che la favoriscono (polarizzazione della comunicazione pubblica, fake news etc.).

*Modulo B*

Il modulo si concentrerà sul paradigma della 'comunicazione generativa', sia nei suoi elementi qualificanti che nelle diverse forme di realizzazione.

Le competenze verranno acquisite attraverso il coinvolgimento attivo degli studenti attraverso diverse piattaforme.

***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; il coinvolgimento degli studenti nella raccolta di materiali da sottoporre ad analisi guidata; l’intervento di esperti e testimoni privilegiati (in aula o in collegamento); 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 frequentanti avranno la possibilità di sostituire la parte di programma relativa al secondo modulo (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)

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.

*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](mailto:chiara.giaccardi@unicatt.it)

Chiara Sammarco [chiaramatia.sammarco@unicatt.it](mailto: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)