



Corso di Laurea: Media, comunicazione digitale e giornalismo – Indirizzo Giornalismo
Anno Accademico: 2019/2020

Sommario

<i>I Anno</i>	2
<i>Information and audiences analysis</i>	2
<i>Data Journalism - Laboratorio di strumenti e applicazioni per i media digitali</i>	4
<i>Digital education</i>	7
<i>Digital marketing</i>	10
<i>Entertainment and television studies - laboratorio sui format tv</i>	15
<i>Internet e Social Media Studies</i>	18
<i>Laboratorio di inglese specialistico - Media, comunicazione digitale e giornalismo</i>	21
<i>Regolamentazione delle reti, privacy, proprietà intellettuale</i>	27
<i>Reti sociali e stili di vita - laboratorio di ricerca applicata</i>	30
<i>Reti sociali e stili di vita - laboratorio di ricerca applicata laboratorio di ricerca applicata</i>	33
<i>Storia e modelli del giornalismo - Laboratorio Uffici Stampa</i>	36
<i>Il Anno – Curriculum Giornalismo</i>	44
<i>Comunicazione politica</i>	44
<i>Diritto privato e della comunicazione</i>	48
<i>Deontologia e Diritto del Giornalismo</i>	49
<i>Filosofia dell'opinione pubblica</i>	51
<i>La comunicazione politica internazionale</i>	53
<i>Giornalismo radiotelevisivo / Laboratorio radiotelevisivo</i>	57
<i>Psicologia della politica</i>	61
<i>Le relazioni internazionali e il sistema mondiale contemporaneo</i>	64
<i>Teoria e analisi del discorso giornalistico</i>	67



I Anno

Information and audiences analysis

Settore scientifico disciplinare : SPS/08

Numero di crediti :6

Semestre : 1° semestre

Docenti: Paolo Montesperelli

Obiettivi formativi:

Il Corso intende proporre le nozioni metodologiche di base e le principali tecniche di rilevazione in riferimento all'analisi dell'informazione e dei pubblici, con particolare riferimento all'ermeneutica dei testi e all'analisi del contenuto, basandosi anche su esempi tratti da esperienze concrete di ricerca empirica.

Contenuto e articolazione del corso:

Comunicazione, testi ed ermeneutica ;

Ricerca "standard" e "non standard";

Analisi standard dell'informazione: l'analisi del contenuto;

Analisi standard dei pubblici: sondaggio e altre tecniche di rilevazione;

Analisi non-standard dell'informazione: elementi di ermeneutica esegetica;

Analisi non standard dei pubblici: La ricerca etnografica e netnografica dei consumi mediali.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

1 - *conoscenza e comprensione* delle principali tecniche di raccolta e di elaborazione nel campo dell'analisi dell'informazione e dei pubblici;

2 – *Capacità di applicare* le conoscenze (v. sopra) nel costruire il disegno di una propria ricerca o nell'analizzare ricerche di altri;

3 – *Capacità critiche e di giudizio* per cogliere le potenzialità e i limiti della ricerca sociale, nonché gli ostacoli e le possibilità di una cooperazione interdisciplinare; queste capacità saranno acquisite mediante specifiche lezioni, esempi tratti da esperienze reali, esercitazioni di gruppo:

4 – *Capacità di comunicare* adeguatamente e pubblicamente i risultati di una ricerca;

5 – *Capacità di proseguire in modo autonomo* l'attività di ricerca sociale sia per la raccolta delle informazioni sia per la loro elaborazione standard ("quantitativa") e non-standard ("qualitativa").

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Esame scritto (domande semi-chiuse). Un'ora e mezza per rispondere.

Chi vuole può chiedere un colloquio integrativo di approfondimento (gli esiti finali possono migliorare / confermare / peggiorare il voto ottenuto con lo scritto)

A chi è rivolto il corso:

Studenti 1° anno del Corso di Laurea Magistrale in "Media, comunicazione digitale e giornalismo"



Come ottenere la tesi:

Colloquio preliminare

Metodi didattici:

Lezioni frontali

Esercitazioni in aula

Progettazione e conduzione di ricerche empiriche

Modalità di valutazione della frequenza:

Nessuna valutazione. Viene in aula chi può e chi è interessato.

Testi d'esame:

1. P. Montesperelli, *Analisi delle informazioni e dei pubblici*, 2019-2020 (dispensa tratta dalle slides per le lezioni, caricate gradualmente nel corso del semestre);
2. P. Montesperelli, *Comunicare e interpretare: introduzione all'ermeneutica per la ricerca sociale*, Milano, Egea, 2014. Leggere: Introduzione, capp. 1, 2, 5, 8. Studiare: capp. 3, 4, 6, 7. NB: leggere non vuol dire saltare. Studiare non vuol dire leggere.
3. F. Denunzio (a c. di), *Radio: prove tecniche di misurazione. Introduzione a "Radio and the Printed Page" di Paul F. Lazarsfeld*, Cava de' Tirreni, Areablu.



Data Journalism - Laboratorio di strumenti e applicazioni per i media digitali

Settore scientifico disciplinare : SPS/O8

Numero di crediti :9

Semestre : 2° semestre

Collaboratori: Elisabetta Trinca

Obiettivi formativi:

Il corso si propone di fornire agli studenti alcuni strumenti teorici, metodologici e pratici per la progettazione, gestione e analisi del flusso informativo sui media digitali, con particolare attenzione alle modalità con le quali i giornalisti possono usare i dati digitali (small data, open data, big data) per sviluppare e approfondire le notizie. Le lezioni laboratoriali mirano a fornire le basi per la applicazione di una metodologia digitale allo studio dei fenomeni sociali e interpretarli in chiave giornalistica.

L'approccio metodologico proposto per studiare e valorizzare gli insight digitali è quello dei *digital methods*.

In particolare, gli obiettivi da raggiungere saranno:

1. Dal punto di vista teorico, lo studente acquisirà conoscenza dei modelli di giornalismo nell'era digitale, comprensione delle sfide del giornalismo odierno e delle opportunità offerte dai "nuovi giornalismo", con particolare riferimento al giornalismo di inchiesta data-driven.
2. Lo studente saprà applicare metodi di analisi e visualizzazione di dati secondari e portare avanti in autonomia un'inchiesta di data journalism, dal momento della sua ideazione a quella della sua diffusione online.
3. Lo studente sarà sollecitato ad applicare le conoscenze metodologiche acquisite in attività pratiche e laboratoriali. Avrà inoltre la possibilità di mettere in campo le competenze acquisite anche durante confronti con figure esperte (giornalisti dei dati, responsabili di banche dati, ecc.) invitati a collaborare all'attività didattica del corso.
4. Durante il corso lo studente sarà impegnato nella realizzazione di uno o più articoli di data journalism (project work) che consentirà di sviluppare abilità redazionali nei campi del giornalismo dei dati del giornalismo di inchiesta.
5. Infine, il project work sarà utile a padroneggiare alcune delle principali risorse del data journalism (costruzione ed elaborazione dataset, tools di geodata-mapping, data visualization, scraping, ecc.) utili per un potenziale avvio alla professione.

Il project work di quest'anno sarà dedicato a PUBBLICI e FONTI delle FAKE NEWS sul Covid-19.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso di DJ. Definizioni, articoli di dj

I precursori del DJ. Le prime inchieste data-driven

Strumenti, tools, e programmi da scaricare per il project work e risultati attesi del laboratorio



Data is the new soil
Il DJ come processo: dal progetto di articolo alla sua realizzazione.
Introduzione alle fake news
La sociologia digitale
The small world problem
Introduzione all'analisi delle reti come metodo digitale
Introduzione a Gephi
Esplorazione di una matrice Excel
Il disegno della ricerca digitale
Opendata
Il Foia
Costruire una inchiesta di DJ
L'Analisi del contenuto digitale
Studi sul Data Journalism
Data journalism made in Italy
Crowdfunding & Crowdsourcing

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:
Nessuno.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Per i frequentanti, la prova d'esame consiste di due momenti tra loro integrati. Per la parte teorica è previsto un esame orale sui testi specificati nella relativa sezione della webcattedra. Per la parte laboratoriale sono previste specifiche attività pratiche che saranno oggetto di valutazione, durante e a fine corso. Il voto finale risulterà dalle valutazioni ottenute nella parte teorica cui si sommerà il punteggio ottenuto nel project work (fino a un massimo di 3 punti in più).

Per i non frequentanti, la prova d'esame consiste in un colloquio orale sui libri di testo.

A chi è rivolto il corso:

A tutti gli studenti iscritti al Corso di Laurea Magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo e fortemente raccomandato per coloro che intendano scegliere l'indirizzo di giornalismo a partire dal secondo anno.

Come ottenere la tesi:

Possibili argomenti di tesi nell' area del Data Journalism

- Le fake news sul #Coronavirus (ricerca in corso)
- Studi di caso sullo stato del DJ in Italia (ad esempio: progetti, piattaforme, tools, testate editoriali, ecc.) e/o comparati.
- Strumenti per il Data Journalism: analisi delle potenzialità e dei limiti dei tools disponibili per la raccolta, elaborazione e visualizzazione dei dati (ad esempio: tools per la cartografia, tools per il web scarping, tools per il data wrangler, ecc.).
- Studi di caso sugli Open Data in Italia e all'estero (ad esempio, piattaforme, normativa e stato della sua applicazione, progetti, movimenti civici).



- Analisi della letteratura scientifica sul Data Journalism (in Italia e/o all'estero).
- Studi di caso nell'area del Crowdfunding e del Crowdsourcing, sia in Italia che all'estero.

Proposte di temi in quest'area da parte degli studenti sono benvenute.

Modalità: presentazione di un progetto di ricerca di max una cartella (bibliografia esclusa) indicando:

- titolo del progetto
- abstract
- bozza di indice
- bibliografia essenziale

Testi d'esame:

1. Antenore, M, Splendore, S. (a cura di) (2017) Data Journalism. Guida essenziale alle notizie fatte con i numeri, Milano, Mondadori (in corso di pubblicazione)
2. Caliandro, A. e Gandini A. (2019) I metodi digitali nella ricerca sociale, Roma, Carocci.

Testi di esame per NON frequentati:

Tutti quelli per i frequentanti e, in aggiunta, per la parte laboratoriale:

3. Gray, G., Bounegro, L., Chambers, L., (a cura di), (2013) The Data Journalism Handbook, O'Reilly (scaricabile gratuitamente online).

Il testo offre una serie di strumenti utili per realizzare articoli di Data Journalism. Per superare l'esame sarà necessario, oltre a conoscere tutti i contenuti del testo, aver testato almeno uno degli strumenti indicati nel volume e saperne descrivere il funzionamento.



Digital education

Settore scientifico disciplinare : SPS 08

Numero di crediti :6

Semestre : 1° semestre

Docenti: Ida Cortoni

Obiettivi formativi:

- sviluppare conoscenze nel campo della digital literacy e digital education
- sviluppare capacità di analisi critica di prodotti e processi comunicativi connessi a obiettivi di natura educativa
- imparare a strutturare un progetto di ricerca nel campo della digital education
- progettare e implementare un prodotto digitale educativo
- valutare un percorso e un prodotto di digital education

Contenuto e articolazione del corso:

corso è strutturato in diverse parti:

La prima, prevalentemente focalizzata sulla riflessione teorica, intende implementare la conoscenza della digital literacy e della digital education, secondo una prospettiva sociologica, partendo sia dall'analisi delle politiche internazionali e nazionali orientate in questo ambito sia dai contributi scientifico letterari degli ultimi anni sul tema.

La seconda, prevalentemente operativa , focalizza l'attenzione sui processi di analisi e di ricerca nel campo della digital literacy e digital education, fornendo indicazioni operative sulla strutturazione di percorsi di analisi e di ricerca sul campo, anche attraverso l'illustrazione di casi di studi a livello nazionale

La terza parte, prevalentemente di natura esperienziale, si focalizza sulla metaprogettazione di un prodotto media educativo e sullo sviluppo multimediale di alcuni contenuti a partire da software open source, con particolare attenzione agli aspetti educativi da considerare in fase progettuale.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

gli studenti durante il corso approfondiranno nozioni teoriche riguardo alcuni concetti chiave quali: Socializzazione mediale, comportamenti culturali dei giovani, Digital Literacy e Digital Education, Competenze digitali e Capitale sociale.

gli studenti svilupperanno anche alcune competenze trasversali quali:

- la competenza collaborativa all'interno dei gruppi di lavoro
- la competenza comunicativo espressiva attraverso la presentazione e discussione collettiva del lavoro svolto
- la competenza di ricerca e selezione del materiale partendo dalle fonti informative anche on line, tenendo conto di alcuni criteri selettivi quali l'autorevolezza della fonte informativa, la coerenza del contenuto rispetto agli obiettivi di ricerca,
- la competenza di scrittura e produzione creativa attraverso l'utilizzo dei linguaggi multimediali

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:



Durante il corso, gli studenti dovranno realizzare alcuni project work collettivi, seguendo gli input forniti dal docente. il risultato dell'attività dei gruppi di lavoro sarà oggetto di valutazione da parte del docente e sarà preso in considerazione durante l'esame finale del corso.

L'esame finale del corso è orale e consiste in un colloquio sui testi di esame indicati, nonché il materiale condiviso a lezione. Durante l'esame orale saranno prese in considerazione e valorizzate le attività di project work realizzate durante lo stesso corso.

A chi è rivolto il corso:

Studenti del primo anno di laurea magistrale in Media, Comunicazione digitale e giornalismo

Come ottenere la tesi:

per ottenere la tesi con la cattedra "Digital Education", lo studente dovrà presentare un'idea da condividere e discutere con il docente, tenendo conto anche delle argomentazioni affrontate a lezione, e preparare un progetto di testi di almeno tre pagine così strutturato:

- oggetto di tesi e breve descrizione
- obiettivi della tesi
- intervento metodologico
- strutturazione ipotetica del lavoro
- bibliografia di partenza

Metodi didattici:

Le lezioni teoriche si baseranno su un metodo trasmissivo e dialogico, focalizzato sul brainstorming soprattutto rispetto ai nodi concettuali connessi alla contemporaneità. Le lezioni teoriche saranno supportate dal power point e da altro materiale multimediale.

L'analisi dei casi di studio sarà affrontata attraverso la realizzazione di discussioni pubbliche con stakeholders, competenti dell'area tematica, mentre la parte più esperienziale del corso si svolgerà attraverso la realizzazione di project work di gruppo.

Le attività didattiche del corso saranno supportate da una classe virtuale (realizzate attraverso google classroom) in cui saranno depositati i materiali didattici delle lezioni e saranno costruiti spazi di interazione per i singoli gruppi di lavoro.

Modalità di valutazione della frequenza:

la frequenza sarà rilevata attraverso un foglio firme, condiviso all'inizio della lezione.

Si definiscono studenti frequentanti, anche ai fini della valutazione, coloro che sono in grado di seguire almeno il 75% delle lezioni e delle attività.

Testi d'esame:

testi d'esame per i frequentanti:

1. Cortoni, I., Save the media, L'informazione sui minori come luogo comune, Franco Angeli, Milano, 2011



2. Cortoni I., App digital education, Franco Angeli, Milano, 2016 (e-book)
3. Cortoni I., Lo Presti V., Digital Literacy e capitale sociale, Una metodologia specifica per la valutazione delle competenze

testi d'esame per i non frequentanti:

1. Cortoni I., Save the media, L'informazione sui minori come luogo comune, Franco Angeli, Milano, 2011
2. Cortoni I., App digital education, Franco Angeli, Milano, 2016 (e-book)
3. Cortoni I., Lo Presti V., Digital Literacy e capitale sociale, Una metodologia specifica per la valutazione delle competenze
4. due articoli a scelta fra i seguenti:
 - Ida Cortoni, "Digital Competencies and Capabilities. Pre-adolescents Inside and Outside School" in Italian Journal of Sociology of Education, vol.8, n.2, Padova University Press (ISSN: 2035-4983), 2016 pp.170-185
 - Ida Cortoni, Veronica Lo Presti, "Verso un modello di valutazione delle competenze digitali", in Rassegna Italiana di Valutazione, a XVIII, n.60, Franco Angeli, Milano, 2014, (ISSN: 1826-0713) pp.7-23
 - Ida Cortoni, Veronica Lo Presti, Pierluigi Cervelli, "Digital competence assessment. A proposal of operationalization of the critical analysis" in Journal of Media Literacy Education (JMLE), vol.7, issue1 Harrington School of Communication and Media, USA, 2015 (ISSN: 21678715), pp. 46-57.
 - Ida Cortoni, Veronica Lo Presti, "Digital capabilities and social capital", in S. Kotilainen, E. Kupiainen, Reflections on Media Education Futures, Clearinghouse Yearbook, Nordicom, Sweden, 2015 (SBN: 978-91-87957-16-1, ISSN: 1651-6028)



Digital marketing

Settore scientifico disciplinare : SECS-P/08

Numero di crediti :9

Semestre : 1° semestre

Docenti: Paola Falcone

Obiettivi formativi:

L'insegnamento intende fornire un quadro complessivo delle modalità con le quali l'era digitale sta modificando sul mercato i rapporti tra domanda e offerta, rendendo necessario un mutamento degli approcci "classici" di marketing.

Il corso intende fornire conoscenze e competenze avanzate nel marketing per comprendere e gestire il nuovo paradigma di mercato, in cui i consumatori stanno diventando parte attiva, non solo nei processi d'acquisto, ma anche nei processi comunicativi e finanche nei processi produttivi di beni e servizi.

Partendo da questa evoluzione nei rapporti tra domanda e offerta, si approfondisce come le organizzazioni, profit e non profit, possono contattare, acquisire e fidelizzare i clienti, sviluppare un'offerta attraente, un vantaggio competitivo sostenibile ed un elevato valore di marca, integrando marketing online e offline.

In tal senso durante il corso verrà dedicata particolare attenzione allo studio delle strategie, degli strumenti e delle metriche di digital marketing, anche attraverso lo studio di case histories, testimonianze aziendali e strategie innovative.

Contenuto e articolazione del corso:

Il Corso sviluppa le seguenti principali tematiche:

- Il digital Marketing
- Il piano di digital Marketing
- Stakeholder analysis e management
- Buyer personas
- Il customer journey
- Il marketing funnel
- Strumenti e canali
- Siti e blog
- E-commerce
- SEO e SEM
- Mobile marketing
- Social media e social media marketing
- Online branding
- eWOM, social capital, reputazione, fidelizzazione
- Engagement e co-creazione di valore
- Influencer e marketing affiliativo
- Social commerce
- Email marketing
- Content marketing
- Scrivere per il web



- Storytelling e gamification
- Real time marketing
- Il piano editoriale per i social media
- Crisis management
- Sostenibilità, condivisione, etica
- Analytics e principali metriche di valutazione

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Nel dettaglio, coerentemente con gli obiettivi indicati, il corso intende fornire i seguenti risultati di apprendimento.

In termini generali, il corso intende trasferire un bagaglio di conoscenze e competenze avanzate nel marketing facendo in modo che lo studente arrivi a possedere:

- un'approfondita conoscenza e capacità di comprensione dei processi e dei contenuti del marketing dell'era digitale;
- conoscenze e competenze necessarie allo svolgimento di attività di pianificazione, progettazione e gestione dei processi di marketing integrati offline e online;
- conoscenze e competenze necessarie alla creazione del valore di marca, dal ruolo dei brand nell'era digitale, alla brand identity, alle azioni ed alle metriche di branding;
- adeguate conoscenze metodologiche finalizzate a elaborare analisi dei bisogni e dei comportamenti dei consumatori, dei processi d'acquisto e di consumo per segmentare il mercato di consumo;
- conoscenze e competenze metodologiche per gestire le diverse aree del social media marketing dal content management, alle community, al social entertainment al social commerce;
- adeguate conoscenze metodologiche finalizzate a elaborare misurazioni e analisi dei risultati delle azioni di marketing.

In termini applicativi, al termine del corso gli studenti potranno:

- saper ideare, progettare e gestire strategie di marketing e branding nei mercati di consumo dell'era digitale;
- saper organizzare, progettare e gestire piani di marketing integrati online e offline;
- possedere abilità metodologiche idonee alla gestione dei processi di marketing e di branding per la creazione del valore nell'era digitale;
- possedere le competenze necessarie per l'uso delle tecnologie digitali nella prospettiva di marketing ai fini della comunicazione con i diversi target di utenti potenziali ed effettivi, dai consumatori, al network di offerta;
- saper valutare l'efficacia e l'efficienza delle azioni e apportare i relativi "aggiustamenti" in corso d'opera e fronteggiare gli "imprevisti" (crisis management).

Con riferimento alle competenze trasversali, il corso intende favorire negli studenti lo sviluppo di un'autonomia di giudizio, ed in particolare le loro capacità di:

- lettura critica delle trasformazioni e dei processi che definiscono l'evoluzione delle relazioni di mercato tra domanda e offerta nell'era della "digital disruption";
- raccolta e valutazione delle informazioni da esaminare, valutare e monitorare per stimare i livelli di fattibilità e di efficacia delle azioni previste e intraprese;



- valutazione in merito all'efficacia dei modelli di business aziendali e dei processi di marketing e branding per la creazione di valore di mercato;
- stimare l'efficacia e l'efficienza delle strategie di marketing e branding per individuare processi, tecniche e strumenti più idonei;
- saper assumere decisioni per la realizzazione di progetti di marketing.

Il corso intende sviluppare le abilità comunicative degli studenti; tra le principali abilità comunicative sviluppate durante il corso vi sono:

- saper comunicare in maniera efficace e con linguaggio appropriato obiettivi, strategie e risultati di analisi, azioni e progetti di marketing;
- saper discutere problemi e soluzioni, applicare tecniche di negoziazione e problem solving;
- saper presentare e promuovere progetti di marketing;
- saper confezionare contenuti di marketing in documenti formali;
- saper ascoltare clienti, partner, colleghi, competitor e stakeholder per ottimizzare lo sviluppo della strategia e il perseguimento dei risultati attesi.

Il corso intende inoltre sviluppare le abilità di lavoro in team degli studenti, promuovendo, in particolare mediante il project work, la loro capacità di collaborazione.

Infine, il corso intende contribuire a sviluppare negli studenti la capacità autonoma di apprendimento, soprattutto per:

- sviluppare un metodo di studio e di lavoro attraverso cui svolgere in modo autonomo ricerche e approfondimenti sia per la propria formazione che per il proprio aggiornamento;
- avere la capacità di accrescere le proprie conoscenze, come forma di aggiornamento continuo, attraverso capacità di osservazione ed ascolto e conseguenti momenti di sperimentazione di gruppo e spazi autonomi di studio, ricerca e progettazione;
- saper consultare fonti bibliografiche, per aggiornare le proprie competenze;
- saper individuare gli strumenti più avanzati per la misurazione e la valutazione delle azioni di digital marketing, in continuo aggiornamento;
- avere la capacità di raffinare le tecniche relazionali e negoziali in base all'esperienza e al confronto sul campo.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

L'aver acquisito conoscenze base di Marketing e Comunicazione durante la Laurea triennale rappresenta certamente per gli studenti un elemento utile e facilitante l'apprendimento dei concetti del Corso, ma non è requisito propedeutico alla partecipazione.



Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

La modalità di valutazione dell'apprendimento e la prova d'esame si differenzia come segue:

- per gli studenti frequentanti (che abbiano quindi frequentato almeno il 75% delle ore di lezione) la valutazione dell'apprendimento avviene mediante: 1. valutazione del project work di gruppo (il lavoro del team riceve una valutazione che vale per ogni suo componente) + 2. test scritto + 3. prova esame orale. Il test scritto consisterà in tre parti: la prima sarà composta da 10 domande a risposta multipla, la seconda e la terza saranno invece quesiti a carattere teorico-pratico, ossia volti a verificare le conoscenze del corso e la capacità di applicarle a specifiche situazioni. L'esame orale consisterà in una, massimo due domande su altrettanti argomenti del programma (che possono essere oggetto di domande di chiarimento o di ulteriore specifica qualora la risposta dello studente lo richieda).

- per gli studenti non frequentanti la valutazione dell'apprendimento avviene mediante: 1. test scritto + 2. prova esame orale. Il test scritto consisterà in tre parti: la prima sarà composta da 10 domande a risposta multipla, la seconda e la terza saranno invece quesiti a carattere teorico-pratico, ossia volti a verificare le conoscenze del corso e la capacità di applicarle a specifiche situazioni. L'esame orale consisterà in tre domande su tre argomenti del programma (che possono essere oggetto di domande di chiarimento o di ulteriore specifica qualora la risposta dello studente lo richieda).

Per superare la prova, lo studente dovrà mostrare una adeguata preparazione sui contenuti del corso, esprimendosi con un'adeguata proprietà di linguaggio. Per ottenere il voto massimo, lo studente dovrà mostrare di saper formulare articolati ragionamenti deduttivi sui concetti del corso, effettuando gli opportuni collegamenti tra gli argomenti. La lode sarà assegnata allo studente che, raggiunto il punteggio massimo, mostri di aver acquisito la piena padronanza della materia.

Il voto finale è dato:

- per gli studenti frequentanti dalla media tra il voto conseguito nel project work, quello del test scritto e quello dell'esame orale;

- per gli studenti non frequentanti dalla media tra il voto conseguito nel test scritto e quello dell'esame orale.

A chi è rivolto il corso:

Il Corso ha per destinatari gli studenti del primo anno del Corso di LM in "Media, comunicazione digitale e giornalismo" e gli studenti del primo anno del Corso di LM in "Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni".

Il Corso può anche essere scelto da studenti provenienti da altri Corsi di LM, preferibilmente con pregresse conoscenze base di Marketing, se e come previsto dal regolamento del Corso di LM.

Come ottenere la tesi:

È possibile richiedere la tesi contattando la docente dopo aver superato l'esame di Digital Marketing e almeno otto mesi prima della sessione in cui lo studente intende laurearsi. (Nota: l'accettazione da parte della docente dipende dalla possibilità di seguire il lavoro in relazione alle altre tesi che potrebbe trovarsi a seguire in quel momento e potrebbe pertanto non poter essere accolta subito, ma successivamente. Il margine di tempo sopra riportato va quindi calcolato dal momento della conferma di accettazione).

Lo studente può presentare una proposta di progetto di tesi da condividere con la docente, descrittiva dell'oggetto proposto, degli obiettivi e della metodologia.



Metodi didattici:

Il Corso prevede lezioni frontali, supportate dall'analisi di casi e applicazioni relativi ad aziende for profit e non profit, oggetto per gli studenti di confronto attivo in plenaria o in piccoli gruppi, per promuovere la riflessione, la capacità di comunicazione in pubblico e il confronto. Parte importante del progetto didattico per gli allievi è un project work applicativo da realizzarsi in team.

Modalità di valutazione della frequenza:

Sono considerati frequentanti gli studenti che siano presenti ad almeno il 75% delle ore di lezione previste per il Corso. Per tale ragione, all'inizio di ogni lezione vengono raccolte le firme degli studenti presenti.

Testi d'esame:

Il programma d'esame per il Corso prevede i seguenti materiali (nota: i testi sottoelencati non sono alternativi tra loro, ma tutti costituiscono il programma d'esame):

1. *L'arte del marketing digitale. Guida per creare strategie e campagne di successo.* Autore: Ian Dodson. Editore: Apogeo.
2. *Content marketing. Promuovere, sedurre e vendere con i contenuti.* Autori: Conti e Carriero. Editore: Hoepli (edizione 2019)
3. *Storytelling d'impresa. La guida definitiva.* Autore: Andrea Fontana. Editore: Hoepli.
4. il materiale didattico della docente collocato progressivamente sulla piattaforma Moodle.

Nota per gli studenti non frequentanti: riguardo la registrazione all'area sulla piattaforma Moodle, gli studenti non frequentanti sono invitati a contattare via mail la docente.

Per gli studenti frequentanti: in considerazione dell'apprendimento attivo realizzato dagli studenti frequentanti durante le lezioni e dell'esperienza del project work, il programma d'esame per loro (in presenza del requisito della frequenza al 75% delle ore di lezione) è il seguente:

1. *L'arte del marketing digitale. Guida per creare strategie e campagne di successo.* Autore: Ian Dodson. Editore: Apogeo.
2. il materiale didattico della docente collocato progressivamente sulla piattaforma Moodle.



Entertainment and television studies - laboratorio sui format tv

Settore scientifico disciplinare : SPS/08

Numero di crediti :9

Semestre : 2° semestre

Docenti: Mihaela Gavrilă

Collaboratori: Valentina Faloni

Obiettivi formativi:

Lo studente deve conseguire un'adeguata conoscenza delle caratteristiche peculiari della televisione italiana e il suo posizionamento all'interno del ecosistema del media entertainment, comprendendo similarità e differenze rispetto alle culture e industrie televisive e dell'intrattenimento di altri paesi (in particolare dei paesi europei).

Tali conoscenze devono garantire allo studente la capacità critica ed interpretativa, da far emergere attraverso l'analisi di testi audiovisivi, necessarie per individuare le influenze specificamente nazionali, le evoluzioni dei mercati e l'interrelazione tra fattori nazionali e trans-nazionali.

Il percorso di studio sollecita allo studente la capacità di analizzare i mercati televisivi anche in relazione ai loro pubblici di riferimento e al loro posizionamento nell'ecosistema digitale.

Il Laboratorio, che è parte integrante del Corso, intende fornire agli studenti strumenti interpretativi per l'analisi critica del mercato televisivo in Italia, con particolare attenzione alla produzione e alla distribuzione dei contenuti.

Alla fine del corso e della fase laboratoriale lo studente saprà:

- Applicare criticamente le conoscenze sul posizionamento del mercato della televisione e del media entertainment nazionale all'interno dei mercati mediatici internazionali;
- Conoscere e applicare le caratteristiche dei generi televisivi e i loro percorsi evolutivi;
- Analizzare, anche con l'ausilio di dati di ascolto, il comportamento dei pubblici nel mercato dell'audiovisivo nazionale ed internazionale;
- Ideare, attraverso l'attività di project work, format televisivi adatti per il mercato nazionale ed internazionale dell'entertainment;
- Illustrare, attraverso strumenti multimediali, clip audiovisive, eventi ad hoc e strategie social, i risultati del lavoro di progettazione per la televisione e l'audiovisivo;
- Una visione d'insieme sulle sui mercati dell'intrattenimento e della televisione garantirà allo studente la possibilità di affrontare sul piano interpretativo e applicativo le complesse dinamiche dell'ideazione, della produzione, della distribuzione di un prodotto transmediale complesso.

Alla fine del corso, pertanto, lo studente sarà in grado di riconoscere le esigenze dei mercati dell'audiovisivo, di aggiornare anche autonomamente le proprie conoscenze e competenze e di partecipare attivamente alla produzione di cultura e di comunicazione.



Contenuto e articolazione del corso:

Il corso fornisce una conoscenza della cultura, dei contenuti e degli studi sulle industrie dell'intrattenimento e della televisione, in particolare, evidenziando le affinità e le differenze tra i diversi mercati di intrattenimento. Verrà dedicato ampio spazio alla continuità tra fattori nazionali e transnazionali che hanno modellato la formazione e l'evoluzione delle caratteristiche peculiari dei sistemi di narrazione domestica. Le connessioni tra teorie dei media e pratiche del settore in un panorama mediatico globale in rapida evoluzione sono studiate considerando che le forze della tecnologia e della globalizzazione stanno trasformando la televisione, il cinema e l'intrattenimento online. L'analisi della letteratura scientifica di settore verrà arricchita da case study e approfondimenti a partire da best practice nazionali e internazionali.

Durante le lezioni sono previste testimonianze e confronti con addetti ai lavori e professionisti come produttori cinematografici e televisivi, autori, registi, giornalisti, manager di aziende dei media e della televisione.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

- Conoscere e applicare le caratteristiche dei generi televisivi e i loro percorsi evolutivi;
- Analizzare il comportamento dei pubblici nel mercato dell'audiovisivo nazionale ed internazionale;
- Ideare format televisivi adatti per il mercato nazionale ed internazionale;
- Illustrare, attraverso strumenti multimediali, clip audiovisive, eventi ad hoc e strategie social, i risultati del lavoro di progettazione per la televisione e l'audiovisivo;
- Affrontare sul piano interpretativo e applicativo le complesse dinamiche dell'ideazione, della produzione, della distribuzione di un prodotto transmediale complesso.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Conoscenza di elementi di storia dei media e della televisione.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Prova orale e valutazione del project work

A chi è rivolto il corso:

Studenti del primo anno del Corso di Laurea Magistrale in Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo

Come ottenere la tesi:

Inviando una mail alla prof.ssa Gavrila e concordando un appuntamento per il ricevimento studenti.

Metodi didattici:

Lezioni frontali, testimonianze di professionisti del settore, project work e analisi di case studies.

Testi d'esame:

- 1) Gavrila, M., La crisi della tv. La tv della crisi. Televisione e Public Service nell'eterna transizione italiana, Milano, FrancoAngeli 2010 (durante le lezioni verranno indicate le parti da studiare).
- 2) Documento EBU Vision 2020 "CONNECTING TO A NETWORKED SOCIETY"
- 3) Paolo Sigismondi, "La globalizzazione digitale dell'audiovisivo. Nuovi paradigmi nel panorama mondiale", FrancoAngeli, Milano, 2014.



Il rapporto è scaricabile al seguente link: <http://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Vision2020...>

3) Dispense/Teaching materials

PROGRAMMA PER STUDENTI NON FREQUENTANTI

Oltre ai testi obbligatori, gli studenti non frequentanti devono studiare i seguenti libri:

Gavrila M., Parziale F. (a cura di), Il futuro dello spazio pubblico. Nuove professioni per nuove esigenze sociali, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna, 2018

M. Buonanno(a cura di), Il prisma dei generi. Immagini di donne in tv, FrancoAngeli, Milano, 2014

Ulteriori testi o variazioni verranno indicati durante le lezioni



Internet e Social Media Studies

Settore scientifico disciplinare : SPS/08

Numero di crediti :9

Semestre : 2° semestre

Obiettivi formativi:

L'obiettivo del corso è quello di offrire agli studenti le conoscenze teoriche e gli strumenti pratici per un'efficace attività di analisi, monitoraggio e gestione dei digital e social media.

Attraverso un approccio multidisciplinare, che va dal marketing alla sociologia della comunicazione, dall'analisi dell'immaginario al Transmedia brand storytelling, vengono analizzati i principali filoni di ricerca e le più recenti evoluzioni tecnologiche necessari per comprendere sfide e opportunità, rischi e minacce del nostro attuale sistema mediale.

Al tempo stesso, viene affrontato il tema della trasformazione digitale, declinandolo in una dimensione funzionale allo sviluppo sociale, economico e ambientale sostenibile.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso si articola in tre fasi distinte, ma fortemente complementari.

Obiettivo della sezione dedicata alla convergenza tecnologica e culturale è offrire una conoscenza e una competenza interdisciplinare nel campo di Internet e dei Social Media, prestando attenzione alle più attuali linee di riflessione teorica e di ricerca empirica affermate anche in ambito internazionale.

Obiettivo della sezione dedicata al Social Media Management è fornire le competenze strategiche e operative per gestire i social media in ambito professionale. Attraverso un approccio multidisciplinare il laboratorio si propone di offrire gli strumenti per un'efficace attività di analisi, monitoraggio e gestione dei digital e social media, partendo da una ricognizione dello scenario tecnologico e culturale all'interno di cui aziende e utenti si trovano ad interagire. In questo contesto concetti come e-reputation, brand storytelling e web marketing diventano necessari per comprendere sfide e opportunità, rischi e minacce del nostro attuale sistema mediale.

Obiettivo della sezione dedicata alla sostenibilità digitale è analizzare il fenomeno della trasformazione digitale come strumento di sostenibilità, nei suoi impatti sulla sfera sociale, culturale, economica e tecnologica, ma anche e soprattutto mediale.

Il corso di Internet e Social Media Studies, che prevede complessivamente 72 ore di didattica frontale, viene articolato nei seguenti moduli:

1. Convergenza tecnologica e culturale: in questo modulo verranno affrontate le principali teorie e ricerche, sviluppate a livello nazionale e internazionale, per analizzare il web, l'avvento dei social media e dei Social Network Sites.
2. Il Web 2.0: in questo modulo saranno presentate le attuali caratteristiche della comunicazione via web, con particolare riferimento ai concetti di convergenza, User Generated Content, Content Management e paradigma So.Mo.Lo.
3. Origine ed evoluzione dei Social Network Sites: in questo modulo si analizzerà l'attuale scenario mediale digitale, con particolare attenzione alle principali evoluzioni in termini di pubblici, tecnologia e logiche di funzionamento dei Digital e Social Media



4. Principi di Social Network Analysis: in questo modulo sarà introdotta la Social Network Analysis come importante strumento per analizzare le diverse relazioni sociali all'interno di un network sociale, con riferimento alle caratteristiche di ogni nodo all'interno della rete e alle possibilità di lettura dei diversi grafi sociali

5. Sostenibilità digitale: in questo modulo verrà analizzato e sviluppato un approccio di sistema alla tecnologia digitale quale strumento di supporto al perseguimento degli obiettivi di sostenibilità, anche con riferimento agli SDG (Sustainable Development Goals) definiti da Agenda 2030.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

1. Conoscenza e comprensione: il corso punta ad approfondire la conoscenza degli Internet Studies, con attenzione alle più attuali linee di riflessione teorica e di ricerca empirica affermate anche in ambito internazionale. Un ulteriore approfondimento è destinato alla comprensione delle logiche di funzionamento dei principali digital e social media, nell'ottica integrativa tra conoscenza teorica ed approccio pratico in relazione allo scenario mediale digitale italiano ed internazionale

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Il corso si propone di tradurre le conoscenze apprese in relazione agli Internet Studies e alle logiche di funzionamento dei Digital e Social Media, in specifiche competenze rispetto al social media management. Gli studenti frequentanti potranno dedicarsi alla realizzazione pratica di un blog di settore e lo sviluppo di un piano di comunicazione dedicato, che integra la pianificazione strategica e la definizione operativa delle attività di comunicazione.

3 - 4 - 5 Competenze trasversali: Il corso si propone di trasferire competenze trasversali da poter rispondere nell'attuale mercato del lavoro connesso ai media digitali. Attraverso l'analisi di casi di studio aziendali e approfondimenti dedicati alle pratiche di utilizzo dei digital e social media, gli studenti acquisiranno gli strumenti necessari per poter operare nei diversi livelli, strategici ed operativi, della comunicazione.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

ESAME ORALE

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti iscritti al primo anno della Laurea Magistrale in MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E GIORNALISMO

Come ottenere la tesi:

Gli studenti, dopo aver sostenuto l'esame, potranno richiedere una tesi incentrata sugli argomenti del corso sottoponendo un progetto all'attenzione dei docenti di riferimento.

PROGRAMMA D'ESAME PER GLI STUDENTI

FREQUENTANTI con Project Work

1. Live tweeting/Personal Branding



2. Realizzazione Project Work
3. Dispense e materiale slides
4. Un testo a scelta tra:
 - a. N. Vittadini, Social Media Studies. I social media alla soglia della maturità: storia, teorie, temi, Franco Angeli, Milano 2018
 - b. S. Epifani, Sostenibilità digitale, Digital Transformation Institute, Roma, 2020 (Di seguito le parti del libro che costituiscono oggetto d'esame: da pag 25 a pag 189; da pag 191 a pag. 194; da pag 199 a pag 211; da pag 218 a pag 244; da pag 250 a pag 259; da pag 265 a pag 272; da pag 277 a pag 446).

PROGRAMMA D'ESAME PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI senza Project Work

1. Live tweeting/Personal Branding
2. Dispense e slides delle lezioni
3. Due testi obbligatori:
 - N.Vittadini, Social Media Studies. I social media alla soglia della maturità: storia, teoria, temi, Franco Angeli, Milano 2018
 - S. Epifani, Sostenibilità digitale, Digital Transformation Institute, Roma, 2020 (Di seguito le parti del libro che costituiscono oggetto d'esame: da pag 25 a pag 189; da pag 191 a pag. 194; da pag 199 a pag 211; da pag 218 a pag 244; da pag 250 a pag 259; da pag 265 a pag 272; da pag 277 a pag 446).

PROGRAMMA D'ESAME PER GLI STUDENTI NON FREQUENTANTI

1. N. Vittadini, Social Media Studies. I social media alla soglia della maturità: storia, teorie, temi, Franco Angeli, Milano 2018
2. S. Epifani, Sostenibilità digitale, Digital Transformation Institute, Roma, 2020 (Di seguito le parti del libro che costituiscono oggetto d'esame: da pag 25 a pag 189; da pag 191 a pag. 194; da pag 199 a pag 211; da pag 218 a pag 244; da pag 250 a pag 259; da pag 265 a pag 272; da pag 277 a pag 446).
3. Dispense del corso e materiale didattico
4. Un volume a scelta dello studente tra:
 - G. Boccia Artieri (a cura di) "Gli effetti sociali del web", Franco Angeli, 2015
 - S.Mulgargia "Videogiochi. Effetti (sociali) speciali", Guerini, 2016 (capp. 1-2 e 4)
 - J. van Dijck, T. Poell, M. de Waal Martijn, Platform Society, edizione italiana a cura di G. Boccia Artieri, A. Marinelli, Guerini e Associati, Milano, 2019.

N.B.

Le dispense del corso sono disponibili al seguente link:

https://drive.google.com/open?id=1fns4x3D78GGMvsd1TLDOH_P9aS2tVTUJ

In caso di problemi di condivisione inviare una mail a:

giovannicofalo@gmail.com



Laboratorio di inglese specialistico - Media, comunicazione digitale e giornalismo

Settore scientifico disciplinare : L-Lin/12

Numero di crediti :3

Semestre : 2° semestre

Docenti: Laura Di Ferrante

Obiettivi formativi:

Il corso è volto a contribuire alla formazione dei futuri professionisti che non solo potranno interagire in ambiti internazionali, ma potranno anche usare l'inglese parlato e scritto, il lessico tecnico e la competenza pragmatica come efficaci strumenti di lavoro nella professione.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso punta a promuovere le relazioni interpersonali e a fornire conoscenze e sviluppare competenze nell'ambito dell'inglese per scopi specifici.

In termini relazionali, agli studenti frequentanti vengono affidate attività, progetti e presentazioni di gruppo volti a stimolare le capacità di interazione e di organizzazione del lavoro; gli studenti hanno anche il compito di incidere in termini di apporto e responsabilità personale nel compimento delle attività.

In termini di contenuto, uno degli obiettivi primari è quello di rendere gli studenti edotti e consapevoli delle varietà dell'inglese su tutte le dimensioni e con le differenze tra linguaggio divulgativo-divulgativo e linguaggio scientifico.

Partendo dalla teoria sulla comunicazione della scienza, gli studenti lavorano su articoli scientifici nel loro ambito di studi e le rispettive versioni divulgative analizzandone tratti verbali e non verbali al fine di acquisire competenze rilevanti e di muoversi agevolmente tra variazioni di registro, di lessico e di formato.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Il corso mira a sviluppare e perfezionare le competenze degli/delle studenti/esse in inglese in ambito accademico e professionale. I metodi e i contenuti saranno modulati in base ai livelli di partenza e ai modi di apprendimento dei/delle frequentanti.

Nello specifico, gli studenti e le studentesse saranno coinvolti in attività di studio e pratica della lingua volti a:

riconoscere varietà linguistiche in tipi di testo differenti

riconoscere e distinguere testi accademici e testi divulgativi;

identificare le principali caratteristiche dei testi scientifici e di quelli divulgativi;

usare strategie comunicative per rendere divulgativo un testo scientifico;

produrre testi di tipo accademico in inglese;

sperimentarsi nella scrittura e nella produzione orale in lingua inglese



Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Non ci sono propedeuticità per il corso, ma è fortemente consigliata la competenza linguistica almeno ad un livello B1.

Ci sono inoltre norme di comportamento che andranno rispettate:

Gentilezza e sensibilità sono importanti specialmente se riferite a differenze di etnia, cultura, religione, politica, orientamento sessuale, genere, varianza di genere e/o nazionalità. Quale insegnante di questo corso accoglierò volentieri ogni richiesta di studenti e studentesse che vogliano essere chiamati/e con un nome alternativo, basterà comunicarmelo via email o a ricevimento.

Questo corso prevede la partecipazione a discussioni e attività di gruppo. Potrebbe capitare di sentirsi a disagio o in disaccordo con alcune idee o opinioni espresse da altri: le divergenze possono essere discusse, ma è anche necessario accettare che altri abbiano opinioni e idee diverse dalle proprie. Si auspica che l'aula venga vissuta come un luogo vivace, interattivo e confortevole in cui le informazioni vengono condivise, le idee messe alla prova e le questioni dibattute. La docente si impegna a trattare ogni studente e studentessa con rispetto e comprensione. Gli studenti e le studentesse, a loro volta, saranno puntuali e preparati ad ogni lezione, porteranno materiali in classe e completeranno le attività in tempo. Aderiranno agli standard accademici dell'università, compresi quelli riguardanti l'onestà accademica.

In questo corso viene incoraggiato un clima che valorizzi e alimenti la collegialità, la diversità e il pluralismo.

La docente non tollererà discriminazioni basate su genere, età, disabilità, colore, religione, stato civile, origine nazionale o etnica o orientamenti e scelte sessuali. Atteggiamenti discriminatori, violenti e/o riconducibili a forme di bullismo nei confronti di uno studente o di una studentessa non saranno tollerate.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

ESAME

L'esame finale consiste in un progetto* e un esame orale. Gli/le studenti/studentesse dovranno essere preparati/e a discutere gli argomenti trattati nelle letture.

*Il progetto va inviato via mail alla docente almeno 7 giorni prima dell'appello d'esame. I progetti inviati in ritardo non potranno essere accettati. Si consiglia vivamente di usare la griglia di valutazione allegata come check list per il lavoro.



<p>*Linee Guida per il Progetto:</p> <p>Scegli un articolo di una rivista in lingua inglese che tratti di una ricerca scientifica fatta da un gruppo di ricerca (e.g. professori universitari) . Quindi risalì al documento accademico in cui la ricerca è stata originariamente pubblicata. PRIMA DI INIZIARE A LAVORARE SUI TESTI, È NECESSARIO CONTATTARE LA DOCENTE PER ASSICURARSI CHE GLI ARTICOLI CHE HAI SCELTO SIANO CONFORMI AI REQUISITI. Gli articoli vanno concordati almeno un mese prima dell'appello d'esame. Confronta i due documenti secondo il seguente protocollo:</p> <ul style="list-style-type: none">- una descrizione generale dei due articoli (contenuto, sede della pubblicazione, lunghezza, professione degli autori)- un'analisi contrastiva dei due articoli: somiglianze e differenze (in termini di formato, lunghezza, grafica)- un'analisi contrastiva della lingua nei due articoli. Alcune delle domande alle quali potresti voler rispondere sono le seguenti: il vocabolario è diverso? Come? C'è qualche differenza in termini di sintassi (frasi più o meno lunghe, abbondanza o mancanza di subordinazione, prevalenza di coordinazione? Quali tempi prevalgono nell'uno o nell'altro? C'è una qualche prevalenza/differenza nell'uso delle forme attive e passive? C'è qualche indicatore testuale che determina la formalità di i testi? Sono presenti, nell'articolo divulgativo concetti complessi o termini tecnici? Come vengono presentati? Vengono adattati alla diversa audience? Come?- un'osservazione sulla notizia stessa: è stata trasmessa obiettivamente? Le informazioni sono fornite integralmente? Come sono state manipolate le informazioni?	<p>*Project Guidelines:</p> <p>Choose an article from an English magazine on a scientific finding. Then retrieve the academic paper where the finding was originally published. BEFORE STARTING YOUR WORK, YOU NEED TO CONTACT THE PROFESSOR TO MAKE SURE THAT THE ARTICLES YOU CHOSE COMPLY WITH THE REQUIREMENTS. Articles must be agreed at least one month before the exam session. Compare the two papers according to the following protocol:</p> <ul style="list-style-type: none">- a general description of the two articles (content, publication venue, length, authors' profession)- a contrastive analysis of the two papers: similarities and differences (in terms of format, length, graphics)- a contrastive analysis of the language in the two papers. Some of the questions you may want to answer are the following: is the vocabulary different? how? Is there any difference in terms of syntax (longer or shorter sentences, abundance or lack of subordination, prevalence of coordination? What tenses prevail in one or the other? What about active and passive voices? Is there any textual marker that determines the formality of the texts? Are there complex concepts or technical terms in the popular article? How are they presented? Are they adapted to the different audience? How?- an observation about the news itself: was it conveyed objectively? Is the information delivered in full? How was the information manipulated?- conclusions.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>- conclusioni. Per l'analisi è necessario basarsi sulle letture elencate nella sezione "Lecture e Materiali" e prendere in considerazione almeno 5 aspetti siano essi linguistici, retorici o testuali.</p> <p>Se il progetto è fatto in gruppo, ogni membro del gruppo deve scrivere tra le 800 e le 1200 parole. Se il lavoro è individuale, il lavoro deve essere tra le 1000 e le 1200 parole.</p> <p>**la parte orale dell'esame verterà sui contenuti dei testi d'esame e sul progetto finale</p>	<p>For the analysis it is necessary to rely on the readings listed in the "Readings and Materials" section and to take into consideration at least 5 aspects, be they linguistic, rhetorical or textual.</p> <p>If you choose to do a group project, each team member must write between 800 and 1200 words. If the work is individual, it must be between 1000 and 1200 words.</p> <p>**the oral part of the exam will focus on the readings and on the final project</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Useful links:

[Guidelines](#) to search the articles for the final project

<https://drive.google.com/file/d/1DkDoRsq-55lbs5uPHnugXGSopSHhS3Kn/view>

[How to tag](#) the passive voice in the articles

<https://drive.google.com/open?id=1w2G-xapZlgc8bdQHAzmZEO84tIzuLaO>

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto alle studentesse e agli studenti del corso di laurea magistrale in MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E GIORNALISMO.

Come ottenere la tesi:

Per la richiesta della tesi è necessario parlare con la docente negli orari di ricevimento e concordare un argomento e delle domande di ricerca.

La tesi deve avere un taglio linguistico e sarebbe utile presentarsi a ricevimento con un breve abstract in cui sono riassunte le idee principali e le domande di ricerca.

Di seguito alcune aree tematiche all'interno delle quali è possibile concordare l'oggetto di analisi della tesi di laurea.

Disseminazione della scienza

- Caratteristiche dei testi divulgativi
- Comunicati stampa sulla ricerca scientifica
- Linguaggio accademico vs. linguaggio divulgativo



- Linguaggio accademico vs. linguaggio tecnico-scientifico
- Dall'articolo scientifico all'articolo giornalistico al TED Talk
- Divulgazione della scienza:
 - a. Stati Uniti e Italia
 - b. Canada e Italia
 - c. Regno Unito e Italia
 - d. Europa e Stati Uniti
- Inglese come lingua dominante nel discorso scientifico
- Inglese in Europa dopo la Brexit: politiche linguistiche, ricadute, problemi teorici.
- Il linguaggio sulla sostenibilità: dalla ricerca alla pratica

Relazioni italiano-inglese in prospettiva cross- e inter-culturale

- Il made in Italy e il country of origin effect
- Il made in Italy nelle pubblicità anglofone
- Pubblicità per target specifici in Italia e nei paesi anglofoni
- L'humor "tradotto" nei media
- La lingua nelle comunità italoamericane
- Il translanguaging nei giornali e nelle riviste italoamericane e italo-canadesi
- Gli stereotipi nei media

Workplace discourse

- Le conversazioni informali nei posti di lavoro
- Interazioni non orientate al lavoro in ambito professionale
- Il ruolo del comico in ambito professionale
- La comunicazione aumentativa e alternativa nei posti di lavoro

Metodi didattici:

Il fine del corso è che gli/le studenti/esse sperimentino tutte le competenze (parlato, scritto, ascolto, lettura, comunicazione) attraverso la partecipazione attiva alle lezioni e l'utilizzo di testi autentici in cui l'inglese sarà sia il fine sia lo strumento per apprendere e ragionare su aspetti della lingua stessa e pertinenti all'area di studi.

Le lezioni avranno un'impostazione partecipativa, si svolgeranno primariamente in lingua inglese ed è consigliata la frequenza assidua e la partecipazione attiva a tutte le lezioni.

Il corso è caratterizzato da un approccio eclettico; durante le lezioni verranno utilizzati testi multimediali, le cui funzioni principali sono quelle di stimolare l'interazione tra studenti e studentesse e con l'insegnante, di coinvolgerli/le in attività che li/le stimolino dal punto di vista cognitivo e che permettano loro di trovare i modi di apprendimento più appropriati alle loro diverse intelligenze, personalità e motivazioni.

Gran parte del processo di apprendimento di una lingua straniera consiste nell'usarla; le studentesse e gli studenti dovranno quindi partecipare a scambi di opinione in classe, rispondere a domande e porne, identificare i propri errori e quelli dei colleghi/delle colleghe, comunicare nella



Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza sarà registrata con diversi metodi inclusa la raccolta di firme e la consegna delle esercitazioni in classe.

Per acquisire lo status di “frequentanti” bisogna essere presenti ad almeno 9 lezioni su 12. Assenze dall’aula di oltre 15 minuti (inclusi i ritardi) verranno considerati assenze.

Testi d'esame:

Catenaccio, P. (2008). Press releases as a hybrid genre: Addressing the informative/promotional conundrum. *Pragmatics*, 18(1), 43–60. <https://doi.org/10.1075/prag.18.1.02cat>

Di Ferrante, L. Pizziconi, S., Attardo S. (2019). Chapter 22 Technical Scientific Languages. In Laura Di Ferrante, Sergio Pizziconi, & Salvatore Attardo, *Discovering English grammar and variation*. Pisa: PaciniEditore.

Gotti, M. (2014). Reformulation and recontextualization in popularization discourse. *Iberica*, 27(2014), 15–34.

Grego, K. (2013). “The physics you buy in supermarkets” Writing science for the general public: the case of Stephen Hawking. In S. Kermas & T. Christiansen (Eds.), *The popularization of specialized discourse and knowledge across Communities and cultures* (pp. 149–172). Bari: EDIPUGLIA.

Halliday, M.A.K.. (1989). Some grammatical problems. In Jonathan Webster (Ed.) *The Language of Science* M.A.K. Halliday (pp. 159–180). London: Continuum.

Luzón, M. J. (2013). Public Communication of Science in Blogs: Recontextualizing Scientific Discourse for a Diversified Audience. *Written Communication*, 30(4), 428–

457. <https://doi.org/10.1177/0741088313493610>

Wilson, A. (2009). Speech, writing and discourse type. In J. Culpeper, F. Katamba, P. Kerswill, R. Wodak, & T. McEnery (Eds.), *English Language: Description, Variation and Context* (pp. 425-438). Basingstoke: PalgraveMacmillan.

Link alla cartella drive https://drive.google.com/open?id=1PEgMIAvFT5_u1Yb317zupY7oy6cDNEJO



Regolamentazione delle reti, privacy, proprietà intellettuale

Settore scientifico disciplinare : IUS/01

Numero di crediti :9

Semestre : 1° semestre

Docenti: Fabrizio Criscuolo - Raffaella Messinetti

Obiettivi formativi:

Osservata dalla lente del diritto, la fenomenologia della comunicazione e dell'informazione pone questioni che toccano immediatamente l'identità del sistema giuridico, connettendosi con i principi fondamentali dello Stato costituzionale-democratico. Il corso intende sviluppare l'analisi di tali questioni, soffermandosi, in particolare, sulla ricognizione della pluralità degli interessi che queste pongono in gioco e sulla definizione delle ipotesi di soluzione dei conflitti in funzione dei principi fondamentali dell'ordinamento. In una prospettiva naturalmente orientata alla dimensione giuridica sovranazionale, si intende favorire la valutazione critica dei modelli risolutivi astrattamente possibili, in ragione del loro impatto sull'equilibrio e sulla coerenza del sistema costituzionale.

Contenuto e articolazione del corso:

Il percorso di riflessione che viene proposto intende rappresentare la complessità dei rapporti che legano la persona e la comunità -come centri di interessi giuridicamente rilevanti- alla comunicazione sul piano assiologico dello stato costituzionale-democratico: sistema ispirato alla garanzia dei diritti e delle libertà fondamentali e della partecipazione; sistema che -con le parole di Habermas- "realizza la dignità dell'uomo rendendo i cittadini soggetti del loro agire". E' evidente così che la libera formazione della personalità umana (art. 2 cost.) e l'effettiva partecipazione del cittadino alla vita democratica (art. 3 cost.) presuppongono la circolazione di idee e informazioni ma anche un pensiero critico, capace di interpretarle. Determinante, in questo quadro, è identificare quale posizione la persona (quale sintesi di interessi esistenziali) e la comunità (quale luogo di produzione di significati condivisi ed esperienze comuni) abbiano nel flusso delle comunicazioni della società multimediale. Le tappe fondamentali di tale itinerario sono le seguenti: Lo Stato costituzionale-democratico e la circolazione delle idee e delle informazioni; la libertà di espressione del pensiero: ragioni giustificative, limiti e connessioni costituzionali. Il bilanciamento delle libertà e la democrazia; identità della persona e comunicazione. L'autodeterminazione informativa e il c.d. diritto alla privacy; il danno da comunicazione mediatica; informazione e costruzione dei significati sociali: la rappresentazione mediatica della giustizia; Il diritto d'autore nella società dell'informazione. Creatività e circolazione delle idee. la c.d. proprietà intellettuale e la sua funzione sociale. regolamentazione e autoregolamentazione delle reti della comunicazione

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Gli studenti acquisiranno conoscenza approfondita e critica dei temi oggetto del corso nell'ambito del diritto dell'informazione e della comunicazione. Matureranno inoltre la capacità di esaminare i molteplici, diversi problemi che la fenomenologia della comunicazione e dell'informazione pone al diritto, impostandone la soluzione nel quadro dei principi fondamentali del costituzionalismo europeo e del sistema italo-comunitario delle fonti normative.



Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Non sono previste propedeuticità. E' auspicabile la conoscenza dei lineamenti essenziali di diritto pubblico e privato, nonché di diritto dell'informazione.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Colloquio orale. Per gli studenti frequentanti è prevista la possibilità di sostenere una prova intermedia con le modalità illustrate nel riquadro precedente (Modalità di valutazione della frequenza).

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti iscritti al primo anno del corso di Laurea Magistrale in Media, Comunicazione digitale e Giornalismo

Come ottenere la tesi:

Colloquio orale con il docente; presentazione di un progetto di ricerca corredato da una bibliografia scientifica di base.

Metodi didattici:

Il corso prevede una modalità didattica fondata su una integrazione di lezioni frontali, esercitazioni pratiche condotte in aula sotto la guida del docente, presentazione di ricerche condotte nell'ambito del diritto dell'informazione e della comunicazione su temi correlati al programma, lezioni - incontro volte a trattare alcune delle questioni centrali nell'analisi del diritto delle reti, della privacy e della proprietà intellettuale nella dimensione italiana ed europea.

Modalità di valutazione della frequenza:

Frequentare le lezioni è una scelta libera dello studente. Lo studente frequentante può scegliere di studiare, in alternativa al programma generale, un programma predisposto ad hoc, che potrà essere ulteriormente personalizzato, in armonia con i suoi interessi e le sue preferenze tematiche, in forza di un accordo individuale con il docente. Agli studenti frequentanti è riservata la possibilità di accedere ad una prova intermedia, collocata di norma nella seconda metà del corso, consistente nella presentazione di un project - work, di gruppo o individuale, concordato con il docente tra i temi riconducibili al programma d'esame. A titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, analisi di casi pratici che abbiano costituito oggetto di decisioni da parte della giurisprudenza italiana o europea o delle autorità indipendenti. La frequenza viene documentata mediante la sottoscrizione apposta da ciascuno studente ad apposito foglio distribuito dal docente durante ciascuna lezione. E' considerata irrilevante l'assenza eguale o inferiore al 30% delle ore totali erogate con il corso.

Testi d'esame:

STUDENTI FREQUENTANTI:

Due libri a scelta tra i seguenti:

1) M. Orofino, La libertà di espressione tra Costituzione e Carte europee dei diritti. Il dinamismo dei diritti in una società in continua trasformazione, Giappichelli, Torino, 2016; 2) F. Pizzetti, Privacy e il diritto europeo alla protezione dei dati personali. Dalla Direttiva 95/46 al nuovo Regolamento europeo, Giappichelli, Torino, 2016;



3) F. Pizzetti, I diritti nella rete della rete. Il caso del diritto d'autore, Torino, 2011; 4) S. Rodotà, Il mondo nella rete. Quali i diritti, quali i vincoli, Roma-Bari, 2014; 5) AA. VV., Diritto dell'informazione e dei media, Giappichelli, 2019

- Un libro da leggere in modo approfondito e ragionato a scelta tra i seguenti:

1) C. Sunstein, Republic.com. Cittadini informati o consumatori di informazioni? Il Mulino, Bologna, 2003; 2) J. Locke, Lettera sulla tolleranza; oppure: Voltaire, Trattato sulla tolleranza; 3) M. Nussbaum, Libertà di coscienza e religione, Il Mulino, Bologna, 2009; 4) S. Rodotà, Il diritto di avere diritti, Laterza, Roma-Bari, 2013; 5) G.E. Vigevani (a cura di), Processo e informazione, Giuffrè, Milano, 2012

- Tesina su un argomento concordato con il docente durante il corso.

STUDENTI NON FREQUENTANTI:

- Due libri a scelta tra i seguenti:

1) M. Orofino, La libertà di espressione tra Costituzione e Carte europee dei diritti. Il dinamismo dei diritti in una società in continua trasformazione, Giappichelli, Torino, 2016; 2) F. Pizzetti, Privacy e il diritto europeo alla protezione dei dati personali. Dalla Direttiva 95/46 al nuovo Regolamento europeo, Giappichelli, Torino, 2016; 3) F. Pizzetti, I diritti nella rete della rete. Il caso del diritto d'autore, Torino, 2011; 4) S. Rodotà, Il mondo nella rete. Quali i diritti, quali i vincoli, Roma-Bari, 2014

- Tre libri da leggere in modo approfondito e ragionato a scelta tra i seguenti:

1) C. Sunstein, Republic.com. Cittadini informati o consumatori di informazioni? Il Mulino, Bologna, 2003; 2) J. Locke, Lettera sulla tolleranza; oppure: Voltaire, Trattato sulla tolleranza; 3) M. Nussbaum, Libertà di coscienza e religione, Il Mulino, Bologna, 2009; 4) S. Rodotà, Il diritto di avere diritti, Laterza, Roma-Bari, 2013; 5) G.E. Vigevani (a cura di), Processo e informazione, Giuffrè, Milano, 2012.



Reti sociali e stili di vita - laboratorio di ricerca applicata

Settore scientifico disciplinare : SPS/07

Numero di crediti :9

Semestre : 1° semestre

Docenti: Cristina Sofia

Obiettivi formativi:

L'insegnamento fornisce i concetti, le teorie e le tecniche di ricerca per l'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita

Conoscenza e capacità di comprensione: primo obiettivo del corso è fornire un'adeguata conoscenza del quadro concettuale e teorico di riferimento per l'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita, e una preparazione metodologica mirata sia alle tecniche di raccolta delle informazioni sia a quelle di analisi più adatte in tale ambito di studio.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione: Secondo obiettivo del corso è fornire le capacità di usare le conoscenze acquisite tenendo conto delle specificità dei diversi ambiti in cui viene applicata l'analisi delle reti e degli stili di vita. Il corso consentirà di acquisire competenze di tipo logico-analitico tramite la realizzazione del lavoro progettuale; migliorare le competenze di tipo comunicativo tramite l'esposizione in aula del lavoro realizzato, anche attraverso l'ausilio di supporti appositamente progettati (slide, audiovisivi, infografiche, ecc.); avviare gli studenti alla sperimentazione di modalità di cooperazione tra pari (lavoro di gruppo); migliorare le capacità di scrittura (presentazione di un breve resoconto scritto del progetto).

Autonomia di giudizio: Ulteriore obiettivo specifico del corso riguarda la capacità di analisi e riflessione in forma autonoma, attraverso la lettura critica del dibattito e dei modelli interpretativi, l'analisi e la discussione in classe di ricerche empiriche italiane e internazionali sulle reti e gli stili di vita, la realizzazione di progetti di gruppo con l'obiettivo di applicare le conoscenze acquisite, ponendo particolare attenzione al ruolo svolto dalla comunicazione all'interno delle dinamiche sociali.

Abilità comunicative: il corso mira inoltre a sviluppare abilità comunicative attraverso la presentazione e la discussione in aula dei lavori di gruppo e tramite la partecipazione a dibattiti con ospiti esterni.

Capacità di proseguire lo studio in modo autonomo nel corso della vita: attraverso l'analisi e la riflessione sul quadro teorico e metodologico e la realizzazione di progetti mirati, il corso mira a fornire abilità e padronanza del lessico e delle tecniche specifiche della disciplina per mettere lo studente nelle condizioni di proseguire il suo progetto formativo.

Contenuto e articolazione del corso:

Nella prima parte (20 ore), il corso affronterà criticamente la definizione dei concetti di rete sociale e 'stile di vita' facendo riferimento ad autori classici e alla letteratura di riferimento.

La seconda parte del corso sarà dedicata sia all'analisi di indagini e ricerche svolte sul tema delle reti sociali e dello stile di vita e della partecipazione sociale (10 ore), sia a dibattiti in aula con gli esperti che saranno ospitati nel corso delle lezioni (8 ore).



Nell'ultima parte (10 ore) verranno presentati i progetti svolti dagli studenti (utili ai fini della valutazione finale): tutti gli studenti saranno coinvolti nella discussione project work, mettendo alla prova le conoscenze acquisite nella prima parte del corso.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Il corso si pone i seguenti obiettivi: far acquisire competenze di tipo logico-analitico con la realizzazione del lavoro progettuale; migliorare le competenze di tipo comunicativo tramite l'esposizione in aula del lavoro realizzato, anche attraverso l'ausilio di supporti appositamente progettati (slide, audiovisivi, infografiche, ecc.); avviare gli studenti alla sperimentazione di modalità di cooperazione tra pari (lavoro di gruppo); migliorare le capacità di scrittura (redazione di un brevi resoconti relativi ai progetti).

Il corso infatti richiede la realizzazione di project work di taglio applicativo-progettuale inerenti l'analisi delle dimensioni degli stili di vita e/o gli aspetti della costruzione delle reti sociali, ponendo particolare attenzione al ruolo svolto dalla comunicazione all'interno di tali dinamiche.

L'insieme delle conoscenze e delle abilità che verranno acquisite consentirà agli studenti di migliorare la propria capacità critica e di implementare la sfera delle competenze, anche in funzione di successivi percorsi formativi.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Non è richiesto nessun prerequisito.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Studenti frequentanti: colloquio orale finale a partire dalla presentazione di un project work da concordare con la docente durante il corso.

Studenti non frequentanti: esame orale relativo al programma per non frequentanti.

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti del primo anno del corso magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo.

Come ottenere la tesi:

Gli studenti che vorranno svolgere il lavoro di tesi con la cattedra dovranno sottoporre alla docente un progetto di 4 o 5 pagine relativo all'argomento prescelto.

Metodi didattici:

Modulo di base: lezioni frontali, studi di caso, lezioni incontro, seminari tematici, esperienze di apprendimento partecipato.

Nel modulo laboratoriale (24 ore) si procederà all'analisi delle proposte progettuali presentate dagli studenti e sarà fornita la preparazione metodologica necessaria alla realizzazione dei project work. Tale lavoro costituirà l'occasione per applicare le conoscenze teoriche acquisite nella prima parte del corso.

Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza sarà attestata tramite le firme.



Testi d'esame:

Frequentanti: svolgimento di un project work e lettura di un saggio sull'argomento prescelto per il progetto.

1) Berzano L., Genova C., 2011, *Sociologia dei lifestyles*, Carocci, Roma.

2) Bourdieu, P., 1979, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna (esclusi i capp. VI, VII, VIII, IX, X)

oppure

Veblen T., 2007, *La teoria della classe agiata*, Einaudi, Torino.

Non frequentanti:

1) Berzano L., Genova C., 2011, *Sociologia dei lifestyles*, Carocci, Roma.

2) Bourdieu, P., 1979, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna (esclusi i capp. VI, VII, VIII, IX, X)

oppure

Veblen T., 2007, *La teoria della classe agiata*, Einaudi, Torino.

3) Istat, BES 2018. *Il benessere equo e sostenibile in Italia*, scaricabile al seguente link: https://www.istat.it/it/files//2018/12/Bes_2018.pdf

Introduzione, Capitoli: 2-3-4-5-8-9-10.



Reti sociali e stili di vita - laboratorio di ricerca applicata laboratorio di ricerca applicata

Settore scientifico disciplinare : SPS/07

Numero di crediti :9

Semestre : 1° semestre

Docenti: Fabrizio Martire

Collaboratori: Marco Palmieri

Obiettivi formativi:

L'insegnamento fornisce i concetti, le teorie e le tecniche di ricerca per l'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso prevede una prima parte di lezioni di carattere frontale orientata a offrire i riferimenti teorico-epistemologici dell'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita e ad illustrare le differenti tecniche di rilevazione e analisi tipiche di questo ambito di studi. Una seconda parte sarà dedicata alla realizzazione di lavori di gruppo che permettano agli studenti di mettere alla prova e affinare le conoscenze e le competenze acquisite nella prima parte del corso.

Il corso è articolato nei seguenti nuclei tematici: a) Quadro teorico e metodologico di riferimento dell'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita (30 ore); b) Presentazione e discussione di ricerche empiriche nazionali e internazionali che si basano sull'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita in diversi ambiti tematici (14 ore); c) lavori di gruppo in aula per applicare le competenze acquisite (28 ore).

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Conoscenza e capacità di comprensione: primo obiettivo del corso è fornire un'adeguata conoscenza del quadro concettuale e teorico di riferimento per l'analisi sociologica delle reti e degli stili di vita, e una preparazione metodologica mirata sia alle tecniche di raccolta delle informazioni sia a quelle di analisi più adatte in tale ambito di studio.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione: Secondo obiettivo del corso è fornire le capacità di usare le conoscenze acquisite tenendo conto delle specificità dei diversi ambiti in cui viene applicata l'analisi delle reti e degli stili di vita. Il corso consentirà di acquisire competenze di tipo logico-analitico tramite la realizzazione del lavoro progettuale; migliorare le competenze di tipo comunicativo tramite l'esposizione in aula del lavoro realizzato, anche attraverso l'ausilio di supporti appositamente progettati (slide, audiovisivi, infografiche, ecc.); avviare gli studenti alla sperimentazione di modalità di cooperazione tra pari (lavoro di gruppo); migliorare le capacità di scrittura (presentazione di un breve resoconto scritto del progetto).



Autonomia di giudizio: Ulteriore obiettivo specifico del corso riguarda la capacità di analisi e riflessione in forma autonoma, attraverso la lettura critica del dibattito e dei modelli interpretativi, l'analisi e la discussione in classe di ricerche empiriche italiane e internazionali sulle reti e gli stili di vita, la realizzazione di progetti di gruppo con l'obiettivo di applicare le conoscenze acquisite, ponendo particolare attenzione al ruolo svolto dalla comunicazione all'interno delle dinamiche sociali.

Abilità comunicative: il corso mira inoltre a sviluppare abilità comunicative attraverso la presentazione e la discussione in aula dei lavori di gruppo e tramite la partecipazione a dibattiti con ospiti esterni.

Capacità di proseguire lo studio in modo autonomo nel corso della vita: attraverso l'analisi e la riflessione sul quadro teorico e metodologico e la realizzazione di progetti mirati, il corso mira a fornire abilità e padronanza del lessico e delle tecniche specifiche della disciplina per mettere lo studente nelle condizioni di proseguire il suo progetto formativo.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Nessun prerequisito richiesto

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Prova scritta con domande aperte.

La prova di esame ha la funzione di valutare: 1. livello di apprendimento dei concetti e delle teorie di riferimento; 2. capacità di orientarsi rispetto ai possibili disegni di ricerca in relazione agli obiettivi stipulati; 3. capacità critiche e di collegamento fra i testi studiati.

Eventuali modalità di esame riservate ai frequentanti verranno descritte nelle lezioni iniziali.

A chi è rivolto il corso:

Media, comunicazione digitale e giornalismo, primo anno

Come ottenere la tesi:

Inviare via mail al docente un progetto di tesi, che poi verrà discusso a ricevimento

Metodi didattici:

Lezioni frontali e simulazioni / esercitazioni pratiche

Modalità di valutazione della frequenza:

Raccolta firme in aula



Testi d'esame:

1) Paola Di Nicola (2015) *La rete: metafora dell'appartenenza. Analisi strutturale e paradigma di rete.* Milano: Angeli.

2) Istat (2018) *Rapporto annuale 2018. La situazione del Paese.* Roma: Istat. Sono da studiare: Introduzione, Capitolo 3 (La popolazione, le reti e le relazioni sociali), Capitolo 4 (Il valore aggiunto delle reti)

3) Piermarco Aroldi (2015) *Famiglie connesse. Social network e relazioni familiari online.* "Media education. Studi e ricerche", vol 6, n. 1, pp.: 1-17

4) Elisa Belotti (2008) *Forme e risorse delle reti amicali per i giovani single.* "Rassegna italiana di sociologia", n. 4, pp.: 607-638, doi: 10.1423/28148



Storia e modelli del giornalismo - Laboratorio Uffici Stampa

Settore scientifico disciplinare : Sps-08

Numero di crediti :9

Semestre : 2° semestre

Docenti: Marco Bruno

Collaboratori: Alessandra Massa

Obiettivi formativi:

Sezione Storia e modelli del giornalismo

OBIETTIVI GENERALI

La sezione di “Storia e modelli del giornalismo” mira a dotare gli studenti di adeguati livelli di CONOSCENZA E COMPrensIONE, nonché di ANALISI DELLE DINAMICHE SOCIALI E POLITICHE CONTEMPORANEE in riferimento al campo dell’informazione e al ruolo della professione giornalistica, nell’Italia contemporanea e in relazione con il contesto internazionale. Si tratta quindi di approfondire l’evoluzione dell’informazione giornalistica entro il più generale contesto dell’industria culturale fino agli inizi del XXI secolo. Il focus dell’analisi sarà il “caso italiano”, ma, per comprendere al meglio i trend sociali, comunicativi e professionali che si incrociano nella formazione del campo giornalistico contemporaneo, si analizzeranno i diversi modelli di informazione in ottica comparativa e temi legati ai mutamenti della professione nell’epoca digitale e al ruolo del giornalismo nella produzione e diffusione delle notizie a partire dalla prospettiva del framing.

La Sezione è quindi a sua volta composta di quattro moduli tematici corrispondenti a diversi OBIETTIVI, sia GENERALI che SPECIFICI.

1. Storia del giornalismo italiano.

Obiettivo è dotare gli studenti di strumenti di CONOSCENZA E COMPrensIONE dell’evoluzione storica del giornalismo italiano, approfondendo in particolare gli attori più significativi e le dinamiche di connessione tra mutamento sociale e tecnologico della professione e i principali avvenimenti storici e politici dall’800 ad oggi. La ricostruzione del quadro storico consentirà agli studenti di APPLICARE tali CONOSCENZE al particolare contesto italiano, nonché esercitare specifiche CAPACITÀ CRITICHE E DI GIUDIZIO in riferimento ai fattori socio-politici ed economici che hanno condotto all’attuale modello di informazione italiano.

2. Modelli di giornalismo.

Gli studenti saranno inoltre in grado di approfondire e COMPrensERE le modalità di formazione del “modello” nostrano di giornalismo, ciò in costante riferimento con gli sviluppi del sistema e dei modelli di informazione europei e statunitensi, anche al fine di sviluppare una adeguata COMPrensIONE e APPLICAZIONE del metodo comparativo. Gli studenti saranno infatti chiamati ad APPLICARE i principali modelli teorici sul giornalismo a casi nazionali differenti, attraverso relazioni su simulazioni per case-studies le cui dinamiche saranno evidenziate anche in ottica CRITICA.



3. Mutamenti nella professione giornalistica.

Al termine del corso gli studenti saranno inoltre in grado di **COMPRENDERE** e analizzare le principali dinamiche che interessano il campo professionale del giornalismo, anche in riferimento a un'approfondita **CONOSCENZA** delle dinamiche evolutive imposte dai processi di convergenza digitale.

4. Framing e analisi dell'informazione.

Infine, gli studenti **COMPRENDERANNO** e analizzeranno le modalità di costruzione e trattamento della notizia, approfondendo in particolare la prospettiva del framing come chiave interpretativa nell'analisi dell'informazione e nel ruolo dei diversi attori nella produzione, diffusione e fruizione delle notizie. Ciò consentirà di esercitare la **CAPACITÀ CRITICA E DI GIUDIZIO** sulle dinamiche di costruzione e rappresentazione mediata della realtà, attraverso relazioni degli studenti su approfondimenti e case-studies.

Sezione Laboratorio Ufficio Stampa

OBIETTIVI SPECIFICI

Al termine del Laboratorio, gli studenti saranno in grado di **APPLICARE** le conoscenze sui principali strumenti dell'attività di Ufficio stampa redigendo comunicati stampa, simulando piani per conferenze o altri eventi stampa, imparando a declinare tali **COMPETENZE** anche in riferimento a soggetti di natura differente (pubblico, privato, non profit) e **COMUNICANDO QUANTO APPRESO** attraverso relazioni e simulazioni scritte per una più completa comprensione dei processi di relazione con i media. Gli studenti avranno così acquisito specifiche **COMPETENZE** nell'organizzare e gestire una attività di Ufficio stampa, nel redigere comunicati, note, precisazioni, inviti stampa, nel progettare e coordinare conferenze ed eventi stampa.

COURSE UNIT "HISTORY AND MODELS OF JOURNALISM"

GENERAL EXPECTED LEARNING OUTCOMES

The course unit aims to equip students with appropriate levels of **KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING**, as well as **ANALYSIS OF SOCIAL DYNAMICS AND CONTEMPORARY POLITICS** in reference to the news-information field and the role of the journalistic profession, in contemporary Italy and in relation with the international context. It is therefore to investigate the evolution of journalism within the more general context of the cultural industry up to the 21st century. The focus analysis will be on the "Italian case", but to better understand the social, communicative and professional trends that intersect in the formation of the contemporary journalistic field, we will analyze the different news-information models in a comparative perspective and themes related to changes of the profession in the digital age and the role of journalism in the production and dissemination of news from a "framing perspective".

The Course unit is in turn composed of four thematic Modules corresponding to different **EXPECTED LEARNING OUTCOMES**, both **GENERAL** and **SPECIFIC**.



1. History of Italian journalism.

The aim is to equip students with tools of KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING the historical evolution of Italian journalism, in particular by analyzing the most significant players and the dynamics of connection between social and technological changes in the profession, as well the main historical and political events from the 19th century to today. The reconstruction of the historical framework will allow students to APPLY such KNOWLEDGE to the particular Italian context, as well as to exercise specific CRITICAL AND JUDGMENT CAPACITIES in reference to the socio-political and economic factors that led to the current Italian news-information model.

2. Journalism Models

Students will also be able to deepen and UNDERSTAND the modalities of the formation of the "model" of Italian journalism, this in constant reference with the developments of the European and US news-information systems, also in order to develop an adequate COMPREHENSION and APPLICATION of the comparative method. In fact, the students will be asked to APPLY the main theoretical models on journalism to different national cases, through reports on simulations for case studies whose dynamics will also be highlighted in a CRITICAL perspective.

3. Changes in the journalistic profession.

At the end of the course the students will also be able to UNDERSTAND and analyze the main dynamics that affect the professional field of journalism, also with reference to an in-depth KNOWLEDGE of the evolutionary dynamics imposed by the processes of digital convergence.

4. Framing and analysis of news-information.

Finally, the students will UNDERSTAND and analyze the methods of construction and treatment of the news, particularly studying the "framing perspective" as an interpretive key in the analysis of news-information flows and the role of different actors in the production, dissemination and use of news. This will allow to exercise CRITICAL AND JUDGMENT CAPACITY on the dynamics of construction and mediated representation of reality, through student reports on in-depth studies and case histories.

COURSE UNIT "Press Office Workshop"

GENERAL EXPECTED LEARNING OUTCOMES

The Workshop is aimed at providing students with theoretical and practical tools to manage professional activities and problems of a press office. At the end of the workshop they will be able to KNOW and UNDERSTAND the objectives, role and functioning processes of the press office, with attention to the specific needs of public, private and non-profit organizations. Through the testimony of professionals in the Press Office and the conduct of classroom exercises, this knowledge will be APPLIED to the main professional practices, in particular regarding the research and contact with the sources and the different actors of the journalistic field, the different phases of writing and news processing.

SPECIFIC EXPECTED LEARNING OUTCOMES

At the end of the Workshop, students will be able to APPLY the knowledge on the main tools of the Press Office by writing press releases, simulating plans for conferences or other press events, learning to decline these COMPETENCES also in reference to subjects of a different nature (public, private, non-profit), as well COMMUNICATING WHAT THEY LEARNED through written reports and simulations for a more complete understanding of the processes of relations with the media.



Students will thus have acquired specific SKILLS in organizing and managing a Press Office activity, in drafting press releases, notes, clarifications, press invitations, in planning and coordinating conferences and press events.

Contenuto e articolazione del corso:

SEZIONE “STORIA E MODELLI DEL GIORNALISMO” (48 ore)

- Presentazione corso e Allineamento - 2h

Modulo 1. Storia del giornalismo italiano - 22h (dall'età delle gazzette al giornalismo moderno; il giornalismo italiano dall'Unità al Fascismo; Fascismo e dopoguerra; dagli anni '50 all'era digitale)

Modulo 2. Modelli di giornalismo - 12h (metodo comparativo e sistemi mediali; tre modelli di giornalismo; attualità e sfide dei modelli e del metodo comparativo nei media ibridi)

Modulo 3. Mutamenti nella professione giornalistica - 6h (il campo professionale giornalistico; mutamenti tecnologici e organizzativi; valori e confini della professione)

Modulo 4. Framing e analisi dell'informazione - 6h (metafore e definizione del frame; il framing nelle teorie dei media; modelli di framing e processo giornalistico)

SEZIONE “LABORATORIO UFFICIO STAMPA” (24 ore)

Il Laboratorio affronterà i seguenti temi:

gli obiettivi, il ruolo e i processi di funzionamento dell'ufficio stampa, con attenzione alle specifiche esigenze di organizzazioni pubbliche, private, non profit; le relazioni con i media; il newsmaking; il comunicato stampa; la conferenza stampa. la rassegna stampa.

COURSE UNIT “HISTORY AND MODELS OF JOURNALISM” (48h)

- Course presentation and alignment - 2h

- Module 1. History of Italian journalism - 22h (from the age of “gazettes” to modern journalism, Italian journalism from Unity to Fascism, Fascism and after-WWII, from the 50s to the digital age)

- Module 2. Journalism models - 12h (comparative method and media systems, three models of journalism, current events and challenges of models and comparative method in hybrid media)

- Module 3. Changes in the journalistic profession - 6h (the professional journalistic field, technological and organizational changes, values and boundaries of the profession)

- Module 4. Framing and information analysis - 6h (metaphors and frame definition, framing in media theories, framing models and journalistic process)

COURSE UNIT “Press Office Workshop” (24h)

This course unit will deal with the following themes:

goals, role and processes of the press office, paying particular attention to the specific needs of different organizations: enterprises, public administrations, non-profit organizations; media relations; newsmaking; press release; press conferences; press review.



Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Sezione "Storia e modelli del giornalismo"

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito una chiara visione delle radici storiche e sociali delle diverse caratteristiche del modello italiano di giornalismo e saranno in grado di valutarne l'impatto politico-sociale e gli elementi di comparazione con differenti modelli.

Sezione "Laboratorio Ufficio Stampa"

Al termine del percorso laboratoriale, gli studenti avranno acquisito le seguenti competenze:

conoscenza degli obiettivi, delle funzioni e delle principali attività svolte dall'ufficio stampa;

conoscenza dei bisogni e delle caratteristiche specifiche degli uffici comunicazione di diversi ambiti settoriali;

competenze per lo svolgimento delle principali attività di competenza di un ufficio stampa (pubbliche relazioni con i mass media, organizzazione di conferenze stampa);

competenze mirate per la redazione di comunicati stampa;

competenze mirate per la trattazione e la costruzione di notizie concernenti specifiche tematiche.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Per una migliore fruizione del corso, agli studenti è richiesto come prerequisito almeno un livello base di conoscenza di elementi di storia contemporanea e di storia e teorie dei media. Ad ogni modo all'inizio del corso si procederà a una primissima fase di riepilogo e allineamento sui concetti ritenuti imprescindibili.

For better attending the course, students need to have as prerequisite at least a basic level of knowledge of elements of contemporary history and history and theories of the media. In any case at the beginning of the course we will proceed to a very first phase of summary and alignment on the concepts considered essential.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Gli esami si svolgeranno secondo il calendario didattico del Dipartimento

(<http://www.coris.uniroma1.it/didattica/regolamenti/calendario-didattico>)

Il voto finale è unico per il "pacchetto" corso+laboratorio da 9 cfu, e si ottiene dalla media ponderata dei voti finali di corso (2/3) e laboratorio (1/3). La verbalizzazione è la registrazione del voto finale unico. Si procederà alla somma finale solo quando lo studente avrà riportato un voto ≥ 18 sia nel corso che nel laboratorio. Non sono previsti meccanismi di compensazione per riparare a insufficienze in uno dei due voti.



Sezione "STORIA E MODELLI DEL GIORNALISMO"

Esame orale sui testi d'esame.

Gli studenti dovranno dimostrare la conoscenza e comprensione dei diversi argomenti, mostrando capacità di argomentazione, capacità di collegamento tra i diversi moduli e capacità di giudizio autonomo sui temi.

Sezione "LABORATORIO UFFICIO STAMPA"

L'esame per i non frequentanti consiste in una unica prova scritta, con domande aperte, sul testo d'esame. Gli studenti dovranno mostrare di aver acquisito le competenze per la scelta e la redazione degli strumenti più adatti all'attività di Ufficio stampa.

Gli studenti frequentanti avranno la possibilità di sostenere la prova finale (prova scritta) alla fine del ciclo di lezioni della sezione Laboratorio e/o al primo appello di giugno.

Nel caso non sostengano/non superino la prova in nessuna di queste 2 date, decadranno dalle condizioni di frequentanti e potranno sostenere la prova come non frequentanti in uno qualunque degli appelli successivi.

Inoltre, i frequentanti avranno la possibilità di partecipare ad alcune esercitazioni, assegnate durante il laboratorio, da svolgersi a casa o in classe. Le esercitazioni sono facoltative, ma potranno concorrere alla valutazione finale nelle forme che saranno esposte in aula.

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti del corso di laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo, in particolare per gli studenti dell'indirizzo Giornalismo. Il corso è ovviamente aperto a studenti di altri anni o che lo hanno inserito nel loro percorso formativo.

Si ricorda che l'insegnamento di Storia e modelli del giornalismo - Laboratorio Ufficio stampa è da ordinamento unico. Ciò significa che ci sarà un'unica verbalizzazione dell'esame finale, con valutazione composta dalle valutazioni nelle due sezioni, quella del corso e quella laboratoriale.

Tuttavia, per esigenze didattico-scientifiche e per venire incontro alle differenti tipologie di studenti, è da considerarsi articolato in due sezioni.

1- Corso di Storia e modelli del giornalismo (48 ore)

2- Laboratorio Ufficio stampa (24 ore)

Le due sezioni si terranno come due parti autonome, secondo un calendario che sarà disponibile nei prossimi giorni nella sezione materiali della bacheca elettronica, anche per consentire agli studenti - qualora lo desiderino - di programmare la frequenza a una sola delle due parti. Saranno comunque previsti momenti trasversali di approfondimento (comprese iniziative intercattedra, seminari, etc.) su varie tematiche, sempre inerenti gli argomenti dell'insegnamento.

Nella presente bacheca elettronica sono disponibili le informazioni di dettaglio relative ad entrambe le sezioni.



Come ottenere la tesi:

Gli studenti interessati a una tesi nell'ambito dei temi di interesse scientifico e di ricerca del prof. Bruno sono invitati a contattare il docente. A seguito di un primo colloquio esplorativo verrà richiesta la redazione di un progetto di tesi.

Inoltre, il docente pubblicherà periodicamente chiamate di tesi ed elenchi di temi di interesse.

Metodi didattici:

SEZIONE "STORIA E MODELLI DEL GIORNALISMO" (48 ore)

Il corso si basa su lezioni frontali, condotte con l'ausilio di supporti informatici (proiezione slide ed eventualmente di supporti audio-video), durante le quali si stimolerà la partecipazione degli studenti al fine di verificare costantemente le conoscenze acquisite e la capacità di esercizio critico e di giudizio autonomo sui temi trattati. All'inizio di ogni lezione si riepilogherà quella precedente aprendo uno spazio di discussione sui temi trattati. Potranno essere previsti interventi di ospiti esterni su specifici moduli (es. modulo "Mutamenti nella professione giornalistica").

SEZIONE "LABORATORIO UFFICIO STAMPA" (24 ore)

La sezione si terrà con l'intervento in ogni lezione di un professionista ufficio stampa; si condurranno esercitazioni in aula e al termine della sezione una esercitazione/esonero valutativa.

COURSE UNIT "HISTORY AND MODELS OF JOURNALISM" (48h)

The course unit is based on lectures, conducted with computer support (slide projection and eventually audio-video support), during which the participation of students will be stimulated in order to constantly verify the acquired knowledge and the ability to exercise critical and independent judgment on the course topics.

At the beginning of each lesson we will conduct an open discussion on the previous one, to summarize the topics covered. It can be provided for interventions of external guests on specific modules (eg. Module "Changes in the profession of journalism").

COURSE UNIT "Press Office Workshop" (24h)

The workshop will be held with the intervention in every lesson of a professional press office; classroom exercises will be conducted, and an evaluation exercise / exoneration will be held at the end of the unit.

Modalità di valutazione della frequenza:

Sezione "STORIA E MODELLI DEL GIORNALISMO"

Per questa sezione non ci sono differenze di programma tra frequentanti e non frequentanti, pertanto non saranno raccolte firme o altro. Gli studenti sono comunque caldamente invitati a scegliere in maniera univoca se frequentare (tutta la sezione) o meno; si sconsiglia vivamente la frequenza saltuaria.

Sezione "LABORATORIO UFFICIO STAMPA"

Data la natura laboratoriale del percorso, la frequenza alle lezioni è fortemente consigliata. Gli studenti che non potranno frequentare potranno comunque sostenere l'esame anche per questa sezione, ma in modalità differente dai frequentanti.



Gli studenti devono quindi necessariamente scegliere in maniera univoca se frequentare (tutta la sezione) o meno, sostenendo quindi la prova per questo modulo nella relativa modalità; in particolare per questa sezione, non è ammessa la frequenza saltuaria.

Aperta la funzionalità (compilando il form disponibile a: <https://forms.gle/KqeebzDBm83TSkAw7>) per l'iscrizione al corso: si invitano gli studenti che frequentano questa sezione a procedere a tale iscrizione, al solo fine di creare una "anagrafica" dei frequentanti che, tuttavia, non ha alcuna ripercussione sulle modalità di esame.

Si ricorda, inoltre, che l'iscrizione e prenotazione agli esami avviene comunque esclusivamente tramite la piattaforma Infostud (una volta che saranno aperti gli appelli).

COURSE UNIT "HISTORY AND MODELS OF JOURNALISM"

For this section there are no program differences between attending and not attending students, so no signature or other will be collected.

COURSE UNIT "Press Office Workshop"

Given the workshop nature of this course unit, attendance at lessons is strongly recommended. Students who can not attend can the exam for this section, but in a different way from attending students.

Testi d'esame:

Sezione "LABORATORIO UFFICIO STAMPA"

1. P. Stringa, Che cos'è un ufficio stampa, Carocci, Roma, 2012 (3° ed.)

Lo studio del testo è obbligatorio per il percorso "non frequentanti" della sezione laboratoriale. Consigliato per i "frequentanti"

Sezione "STORIA E MODELLI DEL GIORNALISMO"

1. P. Murialdi, Storia del giornalismo italiano. Dalle gazzette a Internet, il Mulino, Bologna 2014

Si consiglia la quarta edizione, anno di pubblicazione 2014: si distingue dalle precedenti (anni 2006 e seguenti) per l'aggiunta di un saggio in Appendice di M. Panarari. (Gli studenti che acquisteranno le precedenti edizioni sono invitati a reperire tale saggio aggiuntivo).

2. P. Allotti, Quarto potere. Giornalismo e giornalisti nell'Italia contemporanea, Carocci, Roma, 2017

3. M. Bruno, A. Massa, Modelli di giornalismo e analisi comparata negli spazi mediali transnazionali, Altravista, Pavia, 2019

4. Un testo a scelta tra

S. Splendore, Giornalismo ibrido. Come cambia la cultura giornalistica italiana, Carocci, Roma, 2017

M. Bruno, Cornici di realtà. Il frame e l'analisi dell'informazione, Guerini e Associati, Milano, 2014 (Gli studenti che hanno già studiato questo testo in occasione di altro esame con il prof. Bruno sono invitati a contattare il docente).

Durante il corso potranno essere proposte letture alternative, anche in considerazione di nuove uscite editoriali.



Il Anno – Curriculum Giornalismo

Comunicazione politica

Settore scientifico disciplinare : SPS/08

Numero di crediti :6

Semestre : 2° semestre

Docenti: Christian Ruggiero

Collaboratori: Giovanni Brancato

Obiettivi formativi:

Il corso si pone due obiettivi generali. Da un lato, offrire un' articolata illustrazione di alcune tematiche come il rapporto tra media e democrazia, le campagne elettorali, il giornalismo politico, l'impatto dei media sul comportamento di voto e sulla formazione dell'opinione pubblica attraverso la presentazione delle principali conoscenze scientifiche sull'argomento. Dall'altro, esplorare le dinamiche di formazione e definizione dei temi all'attenzione dell'agenda mediale e politica, attraverso l'analisi di teorie, metodi di analisi e case studies relativi a dibattiti e confronti su temi politici in un sistema mediale ibrido esaminando il ruolo dei pubblici coinvolti (engaged), degli attori sociali e dei portatori di interesse e di movimenti sociali e della società civile organizzata.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso prevede una prima parte (24 ore) dedicata a Comunicazione politica e mediatizzazione, nel corso della quale verranno presentate le principali teorie riguardanti il rapporto tra media e democrazia con specifica attenzione alle campagne elettorali e all'impatto dei media sul comportamento di voto. La seconda parte del corso (24 ore) sarà dedicata ai temi:

- a. Costruzione dell'agenda e analisi dei conflitti politico-mediatici (l'esplorazione delle dinamiche di formazione e definizione dei temi all'attenzione dell'agenda mediale e politica sarà condotta attraverso l'illustrazione dei principali approcci teorico-empirici e di alcuni case studies);
- b. Le strategie di comunicazione politica e il networked engagement (lo sviluppo della capacità critica necessaria ad applicare le conoscenze acquisite all'analisi della comunicazione politica prodotta da soggetti istituzionali e nuovi soggetti politici sarà incoraggiato attraverso l'illustrazione dei principali approcci teorico-empirici e la realizzazione di esercitazioni per l'analisi di alcuni case studies).

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Al termine del corso lo studente avrà acquisito un'adeguata comprensione:

- dei temi centrali nel campo di studio: i processi di mediatizzazione della politica e le loro conseguenze; le campagne elettorali permanenti e la natura delle campagne post-moderne; il ruolo di linguaggi, rituali e simboli della politica; il marketing elettorale e la professionalizzazione in ambito politico; il ruolo dei media digitali, delle identità sociali, dei movimenti sociali e della società civile organizzata;
- delle categorie analitiche utili per interpretare le trasformazioni derivanti dalla presenza del web



nelle società contemporanee (dalla democrazia rappresentativa alla democrazia partecipativa; processi di disintermediazione; diffusione di forme di polarizzazione; personalizzazione della comunicazione, etc.);

- delle definizioni e teorie legate all'agenda-setting, hybrid media system, connected activism;
- degli approcci relativi all'analisi dei conflitti politici e mediali su temi di interesse pubblico, in particolare riguardo: le dinamiche di attenzione e agenda-building intra e intermediale; le dinamiche di notiziabilità e interpretazione giornalistica; i processi di framing e priming, le strategie comunicative e politiche di attori politici, claim-makers, forze sociali e portatori di interesse; la diffondibilità delle notizie e il ruolo dell'engagement e della cittadinanza attiva.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

L'esame è orale, e prevede la verifica da un lato delle conoscenze delle principali teorie sul rapporto tra media e democrazia, sullo sviluppo delle campagne elettorali, sull'impatto dei media sul comportamento di voto; dall'altro della comprensione critica delle dinamiche di formazione e definizione dei temi all'attenzione dell'agenda mediale e politica.

La verifica di profitto prende anche in considerazione i risultati dei momenti di discussione pubblica organizzati durante il corso, legati alla realizzazione di esercitazioni per l'analisi di alcuni case studies.

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti iscritti al secondo anno del corso di laurea magistrale in Media, Comunicazione Digitale e Giornalismo.

Come ottenere la tesi:

Gli studenti che abbiano sostenuto l'esame di Comunicazione politica e intendano chiedere la tesi dovranno inviare o presentare a ricevimento una proposta di argomento avendo possibilmente individuato un caso di studio e una bibliografia minima di riferimento.

Metodi didattici:

Il corso si basa su una proficua integrazione tra lezioni frontali di taglio teorico e lezioni con ospiti, il cui contributo andrà nella direzione di fornire un punto di vista privilegiato su specifici aspetti tecnici, professionali o produttivi relativi all'ambito della comunicazione politica.

In particolare, le lezioni di taglio teorico riguarderanno prioritariamente l'acquisizione di un'adeguata comprensione da un lato dei temi relativi alla mediatizzazione politica, allo sviluppo delle campagne elettorali, al giornalismo politico, all'impatto dei media sul comportamento di voto. Dall'altro, di quelli relativi alle definizioni e alle teorie riguardanti agenda-setting e hybrid media system, alle le dinamiche di attenzione e agenda-building intra e intermediale, alle dinamiche di notiziabilità e interpretazione giornalistica, ai processi di framing e priming.

Le lezioni con ospiti serviranno invece ad alimentare la capacità critica necessaria ad applicare le conoscenze acquisite all'analisi della comunicazione politica prodotta da soggetti istituzionali e nuovi soggetti politici, nonché all'analisi dei conflitti politici e mediali su temi di interesse pubblico.



La realizzazione esercitazioni di gruppo mireranno a implementare le capacità critiche e di giudizio degli studenti attraverso la realizzazione di analisi sulla diffondibilità delle notizie e il ruolo dell'engagement e della cittadinanza attiva. Saranno previsti momenti di discussione in pubblica, allo scopo di implementare la capacità degli studenti di comunicare/trasmettere quanto appreso.

Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza al corso verrà rilevata tramite foglio firme. Gli studenti frequentanti avranno diritto a sostenere l'esame con un programma specifico. Sono considerati frequentanti gli studenti che risulteranno effettivamente presenti almeno a due terzi delle lezioni.

Testi d'esame:

1. G. Mazzoleni, La comunicazione politica, Bologna, il Mulino, 2012 (ultima edizione)
 2. Un testo a scelta in relazione alla parte monografica del corso:
 - C. Lombardo, E. Novelli, C. Ruggiero (a cura di), La società nelle urne. Strategie comunicative, attori e risultati delle elezioni politiche 2018, Milano, FrancoAngeli, 2019
 - C. Cepernich, Le campagne elettorali al tempo della networked politics, Roma-Bari, Laterza, 2017
 - E. Novelli, Le campagne elettorali in Italia. Protagonisti, strumenti, teorie, Roma-Bari, Laterza, 2018
 - S. Parisi, C. Ruggiero (a cura di), Comunicazione e partecipazione nel sistema mediale ibrido. Soggetti, pratiche, luoghi, Bologna, Logo Fausto Lupetti, 2018
- N.B. altri testi verranno indicati nel corso delle lezioni

Diritto privato e della comunicazione

Settore scientifico disciplinare : IUS-01

Tipologia corso: corso

lingua: italiano

Data inizio corso: Lunedì, 24 Febbraio, 2020

Semestre : 2° semestre

Docenti:

Collaboratori:

Testi d'esame:

arte generale

C.M. BIANCA – M. BIANCA, Istituzioni di diritto privato, Milano, 2° ed., Giuffrè, 2018

Cap. I – La norma giuridica

Cap. II – Le fonti del diritto

Cap. III – L'interpretazione della legge

Cap. IV – L'applicazione della legge nel tempo e nello spazio

Cap. V – Fatti e atti giuridici

Cap. VI – Le situazioni giuridiche soggettive

Cap. VII – Capacità giuridica e capacità di agire



- Cap. VIII – I diritti fondamentali
- Cap. X – Gli enti giuridici
- Cap. XI. La fondazione
- Cap. XII. Associazioni e comitati
- Cap. XIII Beni e diritti reali (solo i §§ 157, 157 e 158)
- Cap. XXIV – Il rapporto obbligatorio
- Cap. XXV – Le fonti dell’obbligazione
- Cap. XXXIV – Il contratto e l’autonomia negoziale
- Cap. LIII – La responsabilità contrattuale
- Cap. LIV – La responsabilità extracontrattuale. L’illecito
- Cap. LV – Le esimenti di responsabilità
- Cap. LVI – Responsabilità speciali
- Cap. LVIII – Il risarcimento del danno

PARTE SPECIALE

BIANCA-GAMBINO-MESSINETTI, Libertà di manifestazione del pensiero e diritti fondamentali. Profili applicativi nei social networks, Milano, Giuffré, 2016:

- Parte I, La libertà di manifestazione del pensiero: solo i paragrafi di Messinetti, Bianca e Gambino e i paragrafi relativi al diritto di cronaca, diritto di critica e diritto di satira
- Parte II, Libertà di manifestazione del pensiero e tutela dei diritti fundamenta

Si consiglia l'uso in classe di un codice civile aggiornato con le ultime leggi speciali. Tale strumento è integrativo e utile al fine della preparazione per la prova finale



Diritto privato e della comunicazione

Settore scientifico disciplinare : IUS-01

Semestre : 2° semestre

Testi d'esame:

arte generale

C.M. BIANCA – M. BIANCA, Istituzioni di diritto privato, Milano, 2° ed., Giuffrè, 2018

Cap. I – La norma giuridica

Cap. II – Le fonti del diritto

Cap. III – L'interpretazione della legge

Cap. IV – L'applicazione della legge nel tempo e nello spazio

Cap. V – Fatti e atti giuridici

Cap. VI – Le situazioni giuridiche soggettive

Cap. VII – Capacità giuridica e capacità di agire

Cap. VIII – I diritti fondamentali

Cap. X – Gli enti giuridici

Cap. XI. La fondazione

Cap. XII. Associazioni e comitati

Cap. XIII Beni e diritti reali (solo i §§ 157, 157 e 158)

Cap. XXIV – Il rapporto obbligatorio

Cap. XXV – Le fonti dell'obbligazione

Cap. XXXIV – Il contratto e l'autonomia negoziale

Cap. LIII – La responsabilità contrattuale

Cap. LIV – La responsabilità extracontrattuale. L'illecito

Cap. LV – Le esimenti di responsabilità

Cap. LVI – Responsabilità speciali

Cap. LVIII – Il risarcimento del danno

PARTE SPECIALE

BIANCA-GAMBINO-MESSINETTI, Libertà di manifestazione del pensiero e diritti fondamentali. Profili applicativi nei social networks, Milano, Giuffrè, 2016:

- Parte I, La libertà di manifestazione del pensiero: solo i paragrafi di Messinetti, Bianca e Gambino e i paragrafi relativi al diritto di cronaca, diritto di critica e diritto di satira
- Parte II, Libertà di manifestazione del pensiero e tutela dei diritti fondamentali

Si consiglia l'uso in classe di un codice civile aggiornato con le ultime leggi speciali. Tale strumento è integrativo e utile al fine della preparazione per la prova finale



Deontologia e Diritto del Giornalismo

Settore scientifico disciplinare : ius-01

Numero di crediti :6

Semestre : 1° semestre

Contenuto e articolazione del corso:

Il programma del corso si articola in due parti. Una parte generale, dedicata agli istituti fondamentali del diritto privato e una parte speciale dedicata invece all'analisi critica e al commento di alcune decisioni giurisprudenziali.

Di seguito il contenuto dettagliato del programma:

Parte generale

C.M. BIANCA – M. BIANCA, Istituzioni di diritto privato, Milano, ed. aggiornata, Giuffrè, 2018

Cap. XXIV – Il rapporto obbligatorio

Cap. XXVI – L'oggetto della obbligazione. La prestazione

Cap. XXVIII – L'a nozione di adempimento

Cap. XXIX – Modi di estinzione dell'obbligazione diversi da adempimento

Cap. XXXI – Vicende modificative dell'obbligazione dal lato attivo

Cap. XXXII – Vicende modificative dal lato passivo

Cap. XXXIII – Le obbligazioni plurisoggettive

Cap. XXXV – Classificazione dei contratti

Cap. XXXVI – Le parti. La rappresentanza

Cap. XXXVII – La formazione del contratto

Cap. XXXVIII – La responsabilità precontrattuale

Cap. XL – Il contenuto del contratto

Cap. XLI – Le condizioni generali di contratto

Cap. XLII – La tutela del contraente debole

Cap. XLIII – La causa del contratto

Cap. XLIV – L'interpretazione del contratto

Cap. XLV – L'integrazione del contratto

Cap. XLVI – Efficacia del contratto

Cap. L- invalidita' del contratto

Cap. LII – Specifici rimedi contrattuali

In italiano:

PARTE SPECIALE

BIANCA-GAMBINO-MESSINETTI, Libertà di manifestazione del pensiero e diritti fondamentali. Profili applicativi nei social networks, Milano, Giuffrè, 2016

Parte I del testo .



Testi d'esame:

C.M. BIANCA, ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO, ED. AGG. , MILANO, 2018

BIANCA- GAMBINO- MESSINETTI, liberta' di manifestazione del pensiero e diritti fondamentali, milano, 2016



Filosofia dell'opinione pubblica

Settore scientifico disciplinare : SPS 01

Numero di crediti :6

Semestre : 1° semestre

Obiettivi formativi:

1. Conoscenza dei classici del pensiero politico e comprensione delle categorie interpretative adottate dai principali filosofi moderni;
2. Capacità di applicare la conoscenza delle categorie teoriche alla comprensione di alcuni processi politici delle democrazie contemporanee;
3. Capacità critiche di orientamento sulle fondamentali questioni teoriche e capacità di giudizio sulle dinamiche delle istituzioni, sui linguaggi della politica;
4. Capacità di comunicare quanto si è appreso nella discussione pubblica, nella redazione di articoli e saggi di approfondimento;
5. Elementi per sviluppare nel corso dell'esperienza di vita e professionale la capacità di proseguire in maniera autonoma lo studio della politica, della comunicazione

1. Knowledge of the classics of political thought and understanding of the interpretative categories used by the main modern philosophical currents;
2. Attitude to apply the knowledge of the theoretical categories to the understanding of some political processes of contemporary democracies;
3. Critical skills of orientation on fundamental theoretical questions and judgment capacity on the dynamics of institutions, on the languages of politics;
4. Ability to communicate the critical notions learned in the public discussion, in the drafting of articles, essays;
5. Basic elements to develop the ability to independently pursue the study of politics and communication in the course of life experience and professional career.

Contenuto e articolazione del corso:

- Retorica e politica
- Il linguaggio politico
- La leadership democratica
- Lo spettacolo politico
- La comunicazione politica
- L'opinione pubblica
- il marketing politico
- Simboli e politica
- Il discorso politico



Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Il corso si propone:

- di fornire le capacità critiche per la autonoma interpretazione dei testi classici del pensiero politico
- utilizzazione critica delle categorie teoriche nell'analisi delle istituzioni e dei linguaggi delle politiche moderne.
- capacità di conoscere tematiche filosofico-politiche attraverso un'analisi comparativa dei vari fenomeni ricompresi nella categoria di populismo, rappresentanza, opinione pubblica
- fornire le basi concettuali e critiche per l'autonoma lettura, dopo il corso, di testi del pensiero filosofico-politico.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

non sono previste propedeuticità

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

La valutazione prevede un approfondimento orale delle tematiche affrontate nel corso

A chi è rivolto il corso:

Studenti della laurea specialistica

Orario delle lezioni (Aula Oriana):

lunedì ore 14,00-16,00

Venerdì ore 9,00-11,00

Come ottenere la tesi:

Per ottenere la tesi bisogna aver superato l'esame riportando una ottima valutazione

Metodi didattici:

Il modello didattico prevede lezioni frontali. La lettura critica dei classici e l'analisi dei casi istituzionali consente il perseguimento dell'obiettivo di favorire l'acquisizione di conoscenze di base necessarie per l'analisi autonoma dei processi politici.

Modalità di valutazione della frequenza:

Per gli studenti frequentanti è riservato un programma specifico

Testi d'esame:

1. Aristotele, La Retorica, Mondadori
2. Manin, Principi del governo rappresentativo, Il Mulino
3. Habermas, Storia e critica dell'opinione pubblica, Laterza



La comunicazione politica internazionale

Settore scientifico disciplinare : SPS11

Numero di crediti :9

Semestre : 1° semestre

Docenti: Giuseppe Anzera - Roberto Gritti

Collaboratori: Alessandra Massa

Obiettivi formativi:

Obiettivo del corso è fornire agli studenti gli strumenti idonei per conoscere i processi fondamentali della comunicazione politica internazionale nella realtà contemporanea.

Conoscenza e capacità di comprensione: primo obiettivo del corso è di rafforzare le conoscenze e competenze connesse alla comunicazione politica acquisite nel corso della laurea triennale, con specifico riferimento alle dinamiche di carattere internazionalistico e alla media diplomacy

Capacità di applicare conoscenze e comprensione: secondo obiettivo del corso è di trasmettere le competenze pratiche per impostare e realizzare indagini che si estendano ai contesti della comunicazione politica internazionale allo scopo di monitorare e comprendere le dinamiche di spin doctoring e di costruzione delle narrazioni strategiche da parte degli stati

Autonomia di giudizio: Ulteriore obiettivo specifico del corso riguarda la capacità di analizzare e riflettere in forma autonoma sui contenuti dei testi e sui temi trattati a lezione da sottoporre alla riflessione comune della classe.

Abilità comunicative: A latere di tutti gli obiettivi, il corso mira a sviluppare abilità comunicative in merito ai percorsi di ricerca sulle dinamiche relazionali e comunicative tra gli attori statali e non statali che operano nel sistema delle relazioni internazionali contemporaneo.

Capacità di apprendimento: le lezioni e le esercitazioni pratiche mirano a trasmettere l'abilità da parte degli studenti di studiare, approfondire e rielaborare i materiali di studio in modo autonomo.

Risultati attesi: Si auspica che lo studente alla fine del corso sia in grado di identificare autonomamente le principali dinamiche comunicative online e offline presenti a livello internazionale come anche di lavorare nella opera di monitoraggio e di raccolta di dati e informazioni sulle singole campagne di spin doctoring, di creazione delle fake news e di diplomazia pubblica

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso si articola in quattro sezioni, tra loro legate da un percorso conoscitivo che affronterà diversi argomenti e problemi, con approfondimenti su specifiche issues.

a) Fondamenti di comunicazione politica internazionale. Verranno introdotti alcuni nodi teorici e concettuali della della comunicazione politica internazionale e della media diplomacy (sindrome del Vietnam, Effetto Cnn e sue derivazioni) - 32 ore

b) La comunicazione politica internazionale nell'era di Internet. In questa sezione si analizzerà l'importanza delle tecniche di informazione e controinformazione online e gli effetti connessi all'avvento degli SNS; in seguito si studierà l'impatto dell'attivismo in rete e alla costituzione di mix informativi basati sulla fusione di tecnologie online e offline. In questa sezione saranno anche analizzate le conseguenze derivanti dall'impiego delle fake news nelle relazioni internazionali. 12 ore



c) Lo spin doctoring nell'informazione strategica e di guerra. In questa parte saranno trattati e analizzati i principali metodi di "gestione" delle notizie connesse alla media diplomacy e all'informazione di guerra attraverso una rassegna di importanti casi di studio 12 ore

d) La costruzione delle narrazioni strategiche e della media diplomacy da parte degli stati come elemento portante della comunicazione politica internazionale contemporanea e come forma privilegiata di soft power e di diplomazia pubblica. 16 ore.

Il corso si articola con un collegamento stretto con i testi adottati.

IL CORSO SI TERRA' A PARTIRE DAL 23 SETTEMBRE 2019, VIA SALARIA 113 PRIMO PIANO,
IL LUNEDI' E IL MERCOLEDI' DALLE 16 ALLE 18 IN AULA ORIANA
MERCOLEDI' DALLE 16 ALLE 18 IN AULA B9
IL VENERDI' DALLE 14 ALLE 16 IN AULA ORIANA

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Gli studenti saranno in grado di decodificare le azioni di media diplomacy intraprese dagli stati sovrani contemporanei e di comprendere le principali dinamiche che ruotano attorno alla comunicazione online da parte di istituzioni governative di gruppi rivoluzionari e di organizzazioni terroristiche transnazionali.

Agli studenti saranno forniti, quindi, gli strumenti necessari per cogliere i cambiamenti che stanno caratterizzando la comunicazione politica internazionale contemporanea, dall'impiego dei nuovi media, come nel caso della twitter-diplomacy, allo sviluppo di nuove forme di spin doctoring e di informazione strategica.

Inoltre, il focus sul contesto internazionale contemporaneo darà agli studenti la possibilità di effettuare un'analisi critica delle varie tecniche di informazione e controinformazione messa in atto da un contesto rappresentativo del sistema multicentrico delle relazioni internazionali attuali.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Non sono previste propedeuticità

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

L'esame consiste in una prova orale

Le prenotazioni agli esami si effettuano con il sistema Infostud. Un calendario didattico con orari e luogo dell'esame comparirà su infostud e su questa bacheca elettronica solo dopo la chiusura delle iscrizioni (una settimana prima degli appelli)

N.B. USO DELLE COMUNICAZIONI VIA E-MAIL. Per ovvie ragioni, non saranno prese in considerazione richieste di chiarimento via e-mail relative ad informazioni già chiaramente esposte nella bacheca elettronica. Per questa ragione si prega di leggere accuratamente le diverse sezioni della webcattedra prima di inviare richieste. Allo stesso modo non potranno essere evase richieste di informazioni che evidentemente richiedono un colloquio di persona con i docenti e i collaboratori della cattedra (tesi di laurea, chiarimenti su temi del corso, variazioni di programma d'esame o situazioni particolarmente complesse, ecc.).



A chi è rivolto il corso:

Studenti delle Lauree Magistrali immatricolati dall'a.a. 2008-09 in poi (ordinamenti sub D.M. 270/2004), in riferimento ai relativi ordinamenti di appartenenza.

Studenti appartenenti all'ordinamento quinquennale (V.O.)

Come ottenere la tesi:

Presentarsi al ricevimento dai docenti o dai collaboratori, nei termini previsti dal regolamento didattico, con almeno tre progetti di tesi corredati da una bibliografia di massima.

Si ritiene indispensabile una buona conoscenza della lingua inglese. In periodi di affollamento di richieste di tesi, saranno accolte, in via prioritaria, le richieste di tesi degli studenti frequentanti.

Metodi didattici:

Lezioni frontali utili al raggiungimento della padronanza del lessico e delle strategie di ricerca nel campo della comunicazione politica internazionale.

Simulazioni ed approfondimenti, finalizzati all'acquisizione delle competenze di tipo metodologico e politico e alla gestione delle principali tecniche di rilevazione e analisi dei dati impiegati per monitorare e studiare le narrazioni strategiche, le campagne di comunicazione politica e identificare le azioni di spin doctoring

Le lezioni sono frontali, con ausilio di presentazioni e video illustrativi.

Sono sollecitati interventi e domande da parte degli studenti al fine di stimolare il dibattito ed il confronto.

Compatibilmente con i tempi necessari ad affrontare tutto il programma del corso, verranno segnalati ulteriori appuntamenti e approfondimenti utili a completare il percorso di studio; inoltre sono previsti interventi esterni, durante le ore di lezione, sugli argomenti affrontati nel corso o ad arricchimento dei temi già trattati con lezioni tenute da soggetti esperti.

Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza verrà valutata attraverso la raccolta delle firme durante le lezioni.

Ovviamente la raccolta delle firme deve essere improntata al principio della massima correttezza da parte degli studenti, non sarà tollerata alcuna deroga a tale principio.

E' possibile che vengano prese più firme durante una stessa lezione al fine di calcolare le presenze sul totale delle ore e non sul numero delle lezioni. Al termine del corso verrà stilato e messo online l'elenco degli studenti frequentanti sulla base del criterio del possesso di circa i 2/3 delle presenze sul totale delle ore del corso.

Testi d'esame:

1. S. PETRONI, G. ANZERA, A. MASSA, 2017, LO SPECCHIO DI ALETHEIA. Fakenews e politica internazionale. Ed. Nuova Cultura, Roma
 2. G. ANZERA, A. MASSA, 2017, MEDIA DIPLOMACY E NARRAZIONI STRATEGICHE. BONANNO EDITORE
 3. P. LAURANO, 2006, FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE POLITICA INTERNAZIONALE, BONANNO
- SOLO STUDENTI NON FREQUENTANTI:



4. F. COMUNELLO, G. ANZERA, 2012, Will the revolution be tweeted? A conceptual framework for understanding the social media and the Arab Spring, in "ISLAM AND CHRISTIAN-MUSLIMS RELATIONS", download al link
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09596410.2012.712435?journalC...>

(si consiglia di scaricare il documento da un collegamento wi fi Sapienza)



Giornalismo radiotelevisivo / Laboratorio radiotelevisivo

Settore scientifico disciplinare : SPS/08

Numero di crediti :9

Semestre : 2° semestre

Docenti: Christian Ruggiero - Marco Lombardi

Collaboratori: Giovanni Brancato

Obiettivi formativi:

Il corso si propone di analizzare l'evoluzione, lo stato dell'arte e i possibili trend evolutivi dell'informazione radiotelevisiva nel contesto italiano, aprendosi alla comparazione con i diversi modelli nazionali europei e statunitensi e alle possibili convergenze con le diverse piattaforme di media informativi.

In particolare, oggetto di analisi saranno i formati delle news radiotelevisive e gli stili di interazione del giornalista con gli altri soggetti sulla scena e con il pubblico a casa.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso prevede una prima parte (12 ore) di presentazione e analisi del comparto delle news in Italia, in termini di struttura produttiva e dinamiche di consumo, con specifico riferimento al campo dell'informazione radiofonica e televisiva.

Una seconda parte del corso (18 ore) sarà dedicata alla declinazione entro i formati dell'informazione radiofonica e televisiva dei principali generi giornalistici: politica, economia, cronaca, esteri, cultura, sport. Questa parte si avvarrà della presenza in aula di professionisti dell'informazione, che portino agli studenti concrete esperienze relative ai casi di studio analizzati.

Una terza parte del corso (18 ore) sarà dedicata allo specifico del talk show radiofonico e televisivo, a partire da una comparazione internazionale e per arrivare a presentare e applicare un'analisi in profondità del format, focalizzata su elementi quali: temi trattati e volontà/capacità di inquadrarli in frame narrativi o interpretativi specifici; ruolo del conduttore, modalità di gestione degli ospiti e di coinvolgimento del pubblico a casa.

Il laboratorio si incentrerà sull'analisi e sulla simulazione in aula delle dinamiche redazionali sottostanti realizzazione di un format informativo radiofonico e/o televisivo, con particolare attenzione alla dimensione culturale, e specificamente alla critica enogastronomica. Saranno previsti momenti di discussione pubblica delle modalità scelte per la costruzione del format e di presentazione dell'eventuale prodotto finito.

N.B. eventuali modifiche / integrazioni potranno essere apportate a seguito della chiusura della procedura di assegnazione di 3 cfu a Bando esterno.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Al termine del corso, lo studente avrà dunque acquisito un'adeguata comprensione dei processi di newsmaking (raccolta, selezione, editing e presentazione delle notizie) applicati allo specifico radiofonico e a quello televisivo, anche in riferimento al più ampio sistema informativo (dalla carta stampata all'on line).



Avrà inoltre maturato la capacità critica necessaria ad applicare le conoscenze acquisite all'analisi e alla realizzazione di prodotti informativi audiovisivi, attraverso il costante riferimento ai generi più sensibili del panorama dell'informazione contemporanea (politica, economia, cronaca nazionale e internazionale) e a quelli in cui l'innovazione produttiva appare più convincente (cultura, stili di vita, sport).

Le conoscenze acquisite in merito al trattamento delle notizie e alla progettazione e gestione dei flussi informativi saranno applicate in aula a concreti casi di studio, e messe in pratica attraverso esercitazioni laboratoriali, enfatizzando la dimensione sperimentale del percorso formativo.

Obiettivo di tali esercitazioni sarà contribuire allo sviluppo delle capacità critiche e di giudizio degli studenti, attraverso due distinte modalità: da un lato, l'addestramento all'uso e all'implementazione di schede di analisi del contenuto, per individuare elementi salienti dei prodotti informativi considerati (es. temi trattati e volontà/capacità di inquadrarli in frame narrativi o interpretativi specifici; ruolo del conduttore, modalità di gestione degli ospiti e di coinvolgimento del pubblico a casa; etc.). Dall'altro, la sollecitazione a progettare e realizzare la puntata zero di un format informativo per la radio o la televisione, considerando i punti di forza e debolezza, le opportunità e i rischi connessi alla sua possibile collocazione nel mercato editoriale di riferimento.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

L'esame prevede una parte di restituzione delle conoscenze di stampo più teorico apprese durante il corso, e relative ai processi di newsmaking applicati allo specifico radiofonico e a quello televisivo, ma anche delle conoscenze apprese attraverso le testimonianze degli ospiti presenti a lezione. Ciò si esplica tramite una prova orale, che rappresenta il coronamento di un percorso di verifica in itinere delle conoscenze e competenze acquisite dallo studente.

Durante le lezioni, in appositi momenti di discussione pubblica volti a implementare le capacità di comunicare/trasmettere quanto appreso, sarà infatti stata verificata l'acquisizione di capacità critiche e di giudizio, declinate nelle competenze di analisi dei prodotti medialti in generale, e di progettazione e realizzazione di un format informativo per la radio o la televisione nello specifico.

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti iscritti al secondo anno del corso di laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo.

Possono rivolgersi alla cattedra di Giornalismo radiotelevisivo anche gli studenti iscritti a ordinamenti precedenti che debbano sostenere gli esami di: Teorie e tecniche del newsmaking (cfu:4); Giornalismo televisivo (cfu:4); Giornalismo radiofonico (cfu:4); Giornalismo e divulgazione scientifica (cfu:6); Giornalismo politico-economico (cfu:6); Laboratorio di scritture giornalistiche (cfu:3); Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico (prima e seconda annualità); Teoria e tecniche del linguaggio radio-televisivo (prima e seconda annualità).

Come ottenere la tesi:

Per ottenere l'assegnazione della tesi di laurea con le Cattedre dell'area di Sociologia della Comunicazione, gli studenti sono invitati a tener conto dei seguenti requisiti:

- la partecipazione a una o più attività didattiche di ricerca svolte nell'ambito delle Cattedre;



- la redazione di un sintetico progetto di tesi (2-5 cartelle circa), da presentare al docente per l'approvazione ed eventualmente l'assegnazione di un tutor. L'elaborato dovrà includere abstract e indice dei contenuti, bibliografia minima di riferimento e curriculum studiorum del candidato;
- (per i quinquennialisti) la biennializzazione dell'esame, con un programma concordato ad hoc con il relatore.

Metodi didattici:

Il corso si basa su una proficua integrazione tra lezioni frontali di taglio teorico, lezioni con ospiti, il cui contributo andrà nella direzione di fornire un punto di vista privilegiato su specifici aspetti tecnici, professionali o produttivi relativi all'ambito del giornalismo radiotelevisivo, lezioni-evento basate su dibattiti a più voci su argomenti di interesse trasversale.

In particolare, le lezioni di taglio teorico riguarderanno prioritariamente l'acquisizione di un'adeguata comprensione dei processi di newsmaking applicati allo specifico radiofonico e a quello televisivo, e dunque la parte del corso dedicata all'analisi dell'evoluzione, dello stato dell'arte e dei possibili trend evolutivi dell'informazione radiotelevisiva nel contesto italiano e internazionale, e alla descrizione e all'analisi della struttura produttiva e delle dinamiche di consumo di news in Italia.

Le lezioni con ospiti serviranno invece ad alimentare la capacità critica necessaria ad applicare le conoscenze acquisite all'analisi di prodotti informativi audiovisivi, e dunque riguarderanno prioritariamente la parte di corso dedicata alla declinazione dei diversi generi (politica, economia, cronaca, esteri, cultura, sport) nell'informazione radiotelevisiva italiana. In questo contesto, alcuni professionisti dell'informazione saranno chiamati (singolarmente o

attraverso la costruzione di lezioni-evento che prevedano il confronto tra più voci) a portare agli studenti concrete esperienze relative ai casi di studio analizzati.

Sia le lezioni del corso che quelle del laboratorio prevedono la realizzazione esercitazioni di gruppo e project work, con specifico riferimento a due modalità di implementazione delle capacità critiche e di giudizio degli studenti: da un lato, attraverso l'addestramento all'uso e all'implementazione di schede di analisi del contenuto; dall'altro, la sollecitazione a progettare e realizzare la puntata zero di un format informativo per la radio o la televisione. Per entrambe queste modalità saranno previsti momenti di discussione in pubblica, allo scopo di implementare la capacità degli studenti di comunicare/trasmettere quanto appreso.

Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza al corso verrà rilevata tramite foglio firme. Gli studenti frequentanti avranno diritto a sostenere l'esame con un programma specifico. Sono considerati frequentanti gli studenti che risulteranno effettivamente presenti almeno a due terzi delle lezioni.



Testi d'esame:

Il programma per studenti frequentanti si compone di tre testi:

1. Christian Ruggiero, *La macchina della parola. Struttura, interazione, narrazione nel talk show*, FrancoAngeli, Milano, 2014.
2. Giorgio Zanchini, *La radio nella rete*, Donzelli, Roma, 2017.
3. Marco Lombardi, *La Cinegustologia e il Media Entertainment*, Logo Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2020.

In aggiunta, per i non frequentanti, un testo a scelta tra:

- a. Sandro Petrone, *Il linguaggio delle news. Strumenti e regole del giornalismo televisivo*, Rizzoli-ETAS, Milano, 2011
- b. Paul Chantler, Peter Stewart, *L'ABC del giornalismo radiofonico*, DinoAudino, Roma, 2004

N.B. nel corso delle lezioni, ulteriori indicazioni bibliografiche potrebbero accompagnare o sostituire le precedenti.



Psicologia della politica

Settore scientifico disciplinare : MPsi05

Numero di crediti :6

Semestre : 2° semestre

Docenti: Giovanna Leone

Obiettivi formativi:

Il corso vuole introdurre gli studenti nel campo di studio della psicologia della politica. Il contributo degli studi psicologici alla comprensione della politica si è sviluppato su due principali linee di studio: da un lato, la comprensione dei processi psicologici che costruiscono il consenso dei cittadini, indispensabile per una leadership efficace; dall'altro, la comprensione dei processi che promuovono o deprimono la partecipazione attiva dei cittadini alla vita collettiva. Il corso si propone di presentare le due prospettive di studio, articolandole in tre momenti didattici specifici, relativi alla storia della disciplina, all'analisi di alcuni casi di studio specifici di oratoria politica, e al tema specifico di come si possa ritornare alla negoziazione politica dopo aver attraversato un'esperienza di violenza e di guerra. Questa progressione didattica del corso vuole mettere in luce l'importanza dell'articolazione tra le teorie a servizio del consenso, funzionali al mantenimento della leadership, e le teorie della partecipazione, funzionali al sostegno di una cittadinanza attiva e responsabile. Al termine del corso, sarà quindi possibile ricostruire quali processi psicologici consentano di rafforzare le situazioni democratiche, oppure quali processi siano alla base del disinteresse e del rifiuto per la politica proprio delle situazioni più autoritarie, o infine quali siano i moventi psicologici che possono essere utilizzati per incoraggiare un atteggiamento di dipendenza e di diffidenza reciproca o persino una disponibilità alla delazione, come avviene nelle situazioni dittatoriali e totalitarie. Infine, il corso si propone di comprendere i processi alla base di quella particolare forma di innovazione sociale che consente il ritorno all'interazione politica, alla fine di un periodo di violenza e di guerra, in cui la partecipazione e la negoziazione sono state sostituite dalla violenza.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso sarà articolato in tre parti.

La prima parte del corso sarà finalizzata a una breve ricostruzione della storia della disciplina. Si passeranno in rassegna innanzi tutto i principali contributi classici, sviluppati soprattutto in Europa a partire dagli inizi del Novecento, che hanno inaugurato la riflessione sui temi propri della disciplina; dall'idea del "contagio emotivo" delle folle, alla psicoanalisi, agli studi che hanno colto l'inizio delle dittature e dei totalitarismi, alle riflessioni sulle conseguenze post-traumatiche delle guerre mondiali e coloniali. Si presenterà in seguito una panoramica delle principali correnti di studio attuali: dall'influenza degli studi cognitivi e delle ricerche nord-americane condotte negli anni '70 in psicologia sociale e in sociologia, all'evoluzione degli studi europei, fino agli studi attuali sul ruolo delle innovazioni tecnologiche delle mediazioni comunicative nei cambiamenti dei processi di partecipazione politica. A partire da queste basi teoriche, nella seconda parte del corso si svolgerà in modo interattivo in classe l'analisi di alcuni casi specifici di oratoria politica -- sia rivolta direttamente a una folla, sia mediata da mezzi di comunicazione di massa --, per esaminarne le specificità verbali e non verbali, con particolare attenzione allo studio dell'espressione delle emozioni.

Quest'analisi consentirà di cogliere attraverso quali processi il leader si ponga come "imprenditore di un noi" collettivo, in cui si inserisce la vita dei singoli, e si apprezzeranno le differenze tra le strategie



retoriche che incoraggiano una visione della politica come forma di partecipazione attiva e responsabile alla vita della collettività, e le forme di oratoria che incoraggiano processi di deresponsabilizzazione, infantilizzazione e delega.

La terza parte applicherà infine quanto discusso rispetto alle conoscenze teoriche passate in rassegna nella prima parte e alle osservazioni emerse nello studio dei casi di oratoria politica della seconda parte all'esplorazione del modo in cui la comunicazione realistica sulla violenza passata, praticata da leader democratici e da minoranze attive di comunicatori, possa contribuire alla ricostruzione di relazioni politiche accettabili tra i gruppi, al termine di una situazione di violenza o di guerra.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Al termine del corso, gli studenti dovrebbero aver acquisito conoscenze che smentiscono la banalizzazione, propria delle rappresentazioni di senso comune, che fa coincidere la psicologia della politica solo con le caratteristiche di personalità dei leader. Inoltre, dovrebbero poter comprendere maggiormente le conseguenze sulla psicologia individuale delle caratteristiche delle situazioni politiche in cui ci si trova a vivere: se in una democrazia compiuta, o in una democrazia fragile dai risvolti autoritari, o in situazioni in cui la gestione democratica dei conflitti sociali è stata sostituita dalla violenza. Dovrebbe essere possibile rintracciare, nelle varie forme di oratoria politica, il tentativo di costruzione di un atteggiamento di cittadinanza attiva e responsabile, o l'incoraggiamento di atteggiamenti regressivi di dipendenza dal leader e di rifiuto dell'impegno personale. Infine, anche in seguito agli approfondimenti di ricerca proposti dalla parte monografica del corso, gli studenti dovrebbero conoscere più in profondità quali processi psico-sociali, al termine di un periodo di violenza e di guerra, possono favorire il ritorno alla gestione politica dei conflitti che caratterizzano ogni convivenza tra gruppi.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Nessuno. Alcune conoscenze di base di psicologia generale e di psicologia sociale (ad esempio il tema dell'emozioni, o dell'identità sociale, o della gestione del conflitto, o dell'ubbidienza all'autorità distruttiva, o della resilienza di fronte alle crisi) se non affrontate nel corso degli studi svolti in precedenza, saranno brevemente ricapitolate a lezione.

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Esame orale. Saranno concordate modalità di sostituzione di alcune parti del programma con la discussione delle esperienze svolte in aula, per gli studenti che avranno partecipato alle iniziative di ricerca e analisi presenti nell'offerta formativa.

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti del secondo anno della Magistrale di Media, Comunicazione digitale e Giornalismo, indirizzo Giornalismo

Come ottenere la tesi:

La partecipazione alle iniziative di ricerca proposte nell'offerta formativa consentirà di avere una prima idea delle aree di approfondimento sviluppate dalla cattedra. Chi fosse interessato a un'eventuale tesi potrà discuterne in orario di ricevimento o concordando un appuntamento, telefonicamente o al termine di una lezione.



Metodi didattici:

Accanto alle conversazioni didattiche organizzate come lezioni tradizionali, gli studenti frequentanti saranno coinvolti in alcune iniziative di ricerca. In particolar modo, verrà offerta la possibilità di osservare, tramite l'uso guidato di griglie che tengono conto sia degli aspetti verbali che di quelli corporei, la comunicazione del parlato politico dei leader in estratti scelti perché esemplari di una gestione costruttiva o distruttiva del conflitto sociale. Esperti nell'analisi della comunicazione delle emozioni saranno invitati per assistere l'analisi dell'oratoria politica con la loro specifica competenza.

Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza è libera. Tuttavia, gli studenti che hanno partecipato alle attività di ricerca e di osservazione guidata potranno se lo vogliono sostituire la discussione di queste esperienze didattiche ad alcune parti del programma.

Testi d'esame:

- 1) Mucchi Faina, A. Psicologia collettiva. Roma: Carocci.
- 2) Catellani, P. Psicologia politica. Bologna: Il Mulino
- 3) Leone, G. La riconciliazione tra i gruppi. Roma: Carocci

Per gli studenti che parteciperanno alle attività di ricerca offerte durante il corso è prevista la sostituzione di alcune parti del programma con la discussione di tali esperienze formative.



Le relazioni internazionali e il sistema mondiale contemporaneo

Settore scientifico disciplinare : SPS11

Numero di crediti :6

Semestre : 1° semestre

Docenti: Giuseppe Anzera

Collaboratori: Alessandra Massa

Obiettivi formativi:

L'obiettivo principale del corso è di fornire agli studenti gli strumenti idonei per conoscere dal punto di vista storico, sociologico e geopolitico le relazioni internazionali del mondo contemporaneo. Dopo aver presentato le principali problematiche del contesto planetario attuale, in particolar modo riguardo alle questioni di sicurezza internazionale, verranno approfonditi alcuni aspetti centrali nella strutturazione degli assetti geopolitici.

Conoscenza e capacità di comprensione: primo obiettivo del corso è di rafforzare le conoscenze e competenze connesse alla sociologia dei fenomeni politici acquisite nel corso della laurea triennale, con specifico riferimento alle dinamiche di carattere internazionalistico e agli attori politici di tipo globale

Capacità di applicare conoscenze e comprensione: secondo obiettivo del corso è di trasmettere le competenze pratiche per impostare e realizzare indagini che si estendano ai contesti delle relazioni internazionali allo scopo di monitorare e comprendere le dinamiche di livello globale in atto nel sistema delle relazioni internazionali contemporanee

Autonomia di giudizio: Ulteriore obiettivo specifico del corso riguarda la capacità di analizzare e riflettere in forma autonoma sui contenuti dei testi e sui temi trattati a lezione da sottoporre alla riflessione comune della classe.

Abilità comunicative: A latere di tutti gli obiettivi, il corso mira a sviluppare abilità comunicative in merito ai percorsi di ricerca sulle dinamiche relazionali tra gli stati e sui fenomeni di carattere globale del sistema delle relazioni internazionali contemporaneo.

Capacità di apprendimento: le lezioni e le esercitazioni pratiche mirano a trasmettere l'abilità da parte degli studenti di studiare, approfondire e rielaborare i materiali di studio in modo autonomo.

Risultati attesi: Si auspica che lo studente alla fine del corso sia in grado di impostare autonomamente una analisi critica delle dinamiche di relazioni internazionali come anche di lavorare nella opera di monitoraggio e di raccolta di dati e informazioni sulle singole dinamiche specifiche delle relazioni internazionali

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso si articola in due sezioni principali, tra loro legate da un percorso conoscitivo che affronterà diversi argomenti e problemi, con approfondimenti su specifiche issues

- a) Temi e scenari di Sociologia delle relazioni internazionali. Verranno introdotti alcuni nodi teorici e concettuali della sociologia delle relazioni internazionali e della geopolitica (realismo, multicentrismo, il ruolo delle identità nella politica internazionale): (16 ORE).
- b) Aspetti specifici della sicurezza internazionale. In questa sezione si analizzeranno le questioni relative alla sicurezza globale, all'impatto delle relazioni internazionali nei processi di trasformazione dello stato (geopolitica dello stato) e alle condizione di manifestazione dei processi rivoluzionari.

Inoltre saranno presi in esame i temi relativi al nuovo umanesimo internazionale con particolare riferimento alle dottrine della Human Security e della Responsibility to Protect (32 ORE).



Il corso si articola con un collegamento stretto con i testi adottati. Tutti i testi vengono affrontati in classe.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Gli studenti saranno in grado di identificare le dinamiche principali del sistema mondiale e di leggere gli attuali rapporti interstatali alla luce delle principali teorie degli analisti delle relazioni internazionali e degli studi di geopolitica. Agli studenti saranno forniti, quindi, gli strumenti necessari per cogliere i cambiamenti che stanno caratterizzando la società attuale, dal mutamento degli assi geopolitici all'ascesa di nuovi attori non statali sullo scenario internazionale.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Non sono previste propedeuticità

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

L'esame consiste in una prova orale.

Le prenotazioni agli esami si effettuano con il sistema Infostud. Un calendario didattico con orari e luogo dell'esame comparirà su infostud e su questa bacheca elettronica solo dopo la chiusura delle iscrizioni (una settimana prima degli appelli).

N.B. USO DELLE COMUNICAZIONI VIA E-MAIL. Per ovvie ragioni, non saranno prese in considerazione richieste di chiarimento via e-mail relative ad informazioni già chiaramente esposte nella bacheca elettronica. Per questa ragione si prega di leggere accuratamente le diverse sezioni della webcattedra prima di inviare richieste. Allo stesso modo non potranno essere evase richieste di informazioni che evidentemente richiedono un colloquio di persona con i docenti e i collaboratori della cattedra (tesi di laurea, chiarimenti su temi del corso, variazioni di programma d'esame o situazioni particolarmente complesse, ecc.).

A chi è rivolto il corso:

Studenti delle Lauree Magistrali immatricolati dall'a.a. 2008-09 in poi (ordinamenti sub D.M. 270/2004), in riferimento ai relativi ordinamenti di appartenenza.

Studenti appartenenti all'ordinamento quinquennale (V.O.)

Studenti delle lauree specialistiche immatricolati negli anni precedenti (ordinamenti sub D.M. 509/1999) che devono ancora sostenere l'esame di Sociologia della politica e delle relazioni internazionali (4 crediti)

Come ottenere la tesi:

Presentarsi al ricevimento dai docenti o dai collaboratori, nei termini previsti dal regolamento didattico, con tre progetti di tesi corredati da una bibliografia di massima.

Si ritiene indispensabile una buona conoscenza della lingua inglese. In periodi di affollamento di richieste di tesi, saranno accolte, in via prioritaria, le richieste di tesi degli studenti frequentanti.

Metodi didattici:

Lezioni frontali utili al raggiungimento della padronanza del lessico e delle strategie di ricerca nel campo delle relazioni internazionali.



Simulazioni ed approfondimenti, finalizzati all'acquisizione delle competenze di tipo metodologico e politico e alla gestione delle principali tecniche di rilevazione e analisi dei dati impiegati per monitorare e studiare le questioni internazionali più rilevanti

Le lezioni sono frontali, con ausilio di presentazioni power point e ampio uso di mappe tematiche. Tutte le presentazioni visualizzate saranno caricate nell'apposita sezione della bacheca del corso per poter essere scaricate agevolmente dagli studenti.

Sono sollecitati interventi e domande da parte degli studenti al fine di stimolare il dibattito ed il confronto.

Compatibilmente con i tempi necessari ad affrontare tutto il programma del corso, verranno segnalati ulteriori appuntamenti e approfondimenti utili a completare il percorso di studio; inoltre sono previsti interventi esterni, durante le ore di lezione, sugli argomenti affrontati nel corso o ad arricchimento dei temi già trattati con lezioni tenute da soggetti esperti.

A seconda della numerosità dei frequentanti è prevista l'elaborazione di progetti di lavoro sui temi trattati in aula con discussione collegiale nella parte finale del corso

Modalità di valutazione della frequenza:

La frequenza verrà valutata attraverso la raccolta delle firme durante le lezioni.

Ovviamente la raccolta delle firme deve essere improntata al principio della massima correttezza da parte degli studenti, non sarà tollerata alcuna deroga a tale principio.

E' possibile che vengano prese più firme durante una stessa lezione al fine di calcolare le presenze sul totale delle ore e non sul numero delle lezioni. Al termine del corso verrà stilato e messo online l'elenco degli studenti frequentanti sulla base del criterio del possesso di circa i 2/3 delle presenze sul totale delle ore del corso.

Testi d'esame:

1. Ken Booth: Relazioni Internazionali: Fondamenti e prospettive sociopolitiche del sistema internazionale contemporaneo, 2015, Mimesis Editore
2. Giuseppe Anzera, 2011, Geopolitica dello stato e processi rivoluzionari, Bonanno editore
3. Luca Scuccimarra, 2016, Proteggere l'umanità. Sovranità e diritti umani nell'epoca globale, Il Mulino Editore



Teoria e analisi del discorso giornalistico

Settore scientifico disciplinare : M-FIL/05

Numero di crediti :6

Semestre : 1° semestre

Obiettivi formativi:

In accordo con il più ampio quadro formativo del corso di studio, l'insegnamento di Teoria e analisi del discorso giornalistico si propone di fornire i principali strumenti linguistici e semiotici per l'analisi e la produzione di un testo giornalistico, con particolare attenzione alle strategie discorsive che favoriscono nel lettore la comprensione razionale e la partecipazione emotiva.

According to the learning objectives of the Study Programme, the main purpose of this Course is to provide students with the principal tools of contemporary linguistics and semiotics for analysis and production of a journalistic text, with special attention to the discursive strategies able to promote readers' rational understanding and emotional participation.

Contenuto e articolazione del corso:

Il corso si articola in due parti, la prima più teorica, la seconda laboratoriale.

In particolare nella prima parte (24 ore) verranno presentati i principali strumenti elaborati dalla linguistica e dalla semiotica per l'analisi del testo giornalistico, con particolare attenzione alle strategie discorsive che favoriscono nel lettore la comprensione razionale e la partecipazione emotiva. Nel dettaglio le questioni che verranno affrontate:

- L'analisi del discorso giornalistico: indirizzi e applicazioni
- Trasformazioni del linguaggio dei giornali nel Novecento: semplicità e semplificazione
- Il giornale come totalità di significazione
- Il contratto con il lettore
- Stili enunciazionali
- Racconto e discorso, narrazione e commento
- Focalizzazione e punto di vista
- Modalità, mitigazione, hedging
- Le passioni del giornale

Nella seconda parte (24 ore) verranno elaborate in aula analisi di diversi tipi di testi giornalistici secondo i diversi livelli individuati dalla linguistica e dalla semiotica, prestando attenzione in particolare ai seguenti punti:

- Titoli e immagini: effetti di senso
- Figure retoriche e loro funzioni
- Forme del discorso riportato e relativi effetti di senso
- Dire senza dire: il problema degli impliciti

Inoltre verranno condotte esercitazioni in aula incentrate sui possibili incipit di un articolo e i relativi effetti di senso, sulla costruzione del focus e sulla struttura dell'articolo, sulla scrittura di sintesi relativa a diversi tipi di articoli.





The course is articulated into two parts. The first one (24 hours) aims at providing students with the main linguistic and semiotic tools for analysis and production of a journalistic text, with special attention to the discursive strategies able to promote readers' rational understanding and emotional participation. In particular, this part of the course will focus on the following issues:

- Journalistic Discourse Analysis: main trends and applications
- Transformations of Italian language in 20th century newspapers: simplicity and simplification
- Newspaper as a totality of meaning
- Newspaper-Reader Contract
- Styles of Discourse
- Narratives and Commentaries
- Focalization and Point of view
- Modality, Mitigation, Hedging
- Emotions in Journalistic Discourse

In the second part of the Course (24 hours) will be elaborated analysis of different kinds of journalistic texts at different linguistic and semiotic levels. A special attention will be given to the following issues:

- Headlines and images in newspapers and their sense effects
- Rhetorical figures
- Kinds of reported speech and their sense effects
- Tell without telling: the Problem of Implicitness

Furthermore will be held classroom practices on journalistic writing, with particular attention to the different kinds of incipit and their sense effects, focus and structure of a text, how to synthesize an article.

Conoscenze e competenze che saranno acquisite:

Al completamento del corso lo studente

A. dovrà dimostrare di conoscere i principali strumenti elaborati dalla linguistica e dalla semiotica per l'analisi del testo giornalistico, e di saperne comprendere le origini e gli sviluppi nella riflessione linguistica e semiotica contemporanea (prova orale delle conoscenze attese);

B. saprà a) elaborare analisi di testi giornalistici articolate nei diversi livelli individuati dalla linguistica e dalla semiotica, anche in relazione alle diverse tipologie di articoli (esercitazioni in aula di analisi semiotica del testo); b) riscrivere in forma sintetica un testo giornalistico, tenendo conto della specificità del destinatario (esercitazioni in aula di scrittura di sintesi);

C. dovrà dimostrare di sapere adeguare gli strumenti linguistici e semiotici appresi ai diversi contesti di analisi e di produzione, individuando criticamente gli effetti di senso prodotti da un testo e le relative responsabilità dell'informazione giornalistica (esercitazioni in aula di lettura critica del testo giornalistico);

D. Saprà presentare in forma argomentata e critica un proprio breve percorso di ricerca su una delle tematiche affrontate nel corso (presentazioni in aula individuali o di gruppo);

E. Sarà in grado di intraprendere autonomi percorsi di approfondimento, anche interdisciplinare, delle questioni affrontate nel corso, a partire dalle discussioni condotte in aula e dalle indicazioni bibliografiche fornite durante il corso.





At the end of the course the student will demonstrate:

- A. to know the main linguistic and semiotic tools for the analysis and production of journalistic texts, and to understand their origins and developments in the contemporary linguistic and semiotic thought (oral exam about knowledge expectations) (knowledge and understanding);
- B. to be able a) to analyse journalistic texts on the different linguistic and semiotic levels, in reference to different types of articles, and b) to write a synthesis of a journalistic article, taking in account different types of receivers (classroom practices: textanalysis) (applying knowledge and understanding);
- C. to be able to use different linguistic and semiotics tools in changeable contexts of analysis and production, making critical judgements about the sense effects of different discursive strategies in the journalistic information (classroom practices: critical reading of different newspapers) (making judgements);
- D. to be able to give a research paper presentation about one of the issues of the course (individual and group presentations) (communication skills);
- E. to be able to go into the issues of the course with autonomous in-depth studies, starting from the debates carried out in the classroom and the given bibliographic suggestions (learning skills).

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità:

Non sono previste propedeuticità

Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame:

La prova d'esame è orale.

I risultati delle esercitazioni laboratoriali contribuiranno alla valutazione finale.

A chi è rivolto il corso:

Il corso è rivolto agli studenti iscritti al secondo anno del Corso di Laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo, indirizzo giornalismo.

Metodi didattici:

La prima parte del corso prevede lezioni frontali e momenti di discussione aperta, finalizzati a promuovere le capacità riflessive ed espositive degli studenti.

Le questioni affrontate nella seconda parte del corso, verranno introdotte dal docente e saranno poi oggetto di esercitazioni in aula. Sono inoltre previste presentazioni individuali e di gruppo su specifici argomenti concordati con il docente.

The first part of the course will be articulated in lectures and open discussions, in order to improve the communication skills and the reflective capacity of students.

In the second part of the course, on each issue, after a general introduction, there will be classroom practices, with individual or group research presentation by the students.

Testi d'esame:

- M. Loporcaro, *Cattive notizie*, Feltrinelli, 2004
- Un testo a scelta tra i seguenti:
 - o G. Marrone, *Corpi sociali*, Torino, Einaudi, 2001 (introd.+ pp. 35-135)
 - o A.M. Lorusso e P. Violi, *Semiotica del testo giornalistico*, Roma-Bari, Laterza, 2004
- U. Cardinale, *Manuale di scrittura giornalistica*, Torino, Utet, 2011
- Materiali didattici (a disposizione sulla webcattedra anche per i non frequentanti)