

DISCIPLINE DELLE ARTI, DELLA MUSICA E DELLO SPETTACOLO

(Università degli Studi)

Insegnamento Sociologia della comunicazione

GenCod A004789

Docente titolare IRENE STRAZZERI

Insegnamento Sociologia della comunicazione

Insegnamento in inglese Sociology of communication

Settore disciplinare SPS/08

Corso di studi di riferimento DISCIPLINE DELLE ARTI, DELLA MUSICA E DELLO

Tipo corso di studi Laurea

Crediti 9.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 54.0

Per immatricolati nel 2019/2020

Erogato nel 2020/2021

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSI COMUNE/GENERICO

Sede

Periodo Primo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso ricostruisce l'evoluzione della comunicazione umana e gli approcci, prevalentemente sociologici, che l'hanno analizzata. In particolare si tratterà dei processi di modernizzazione, della nascita delle comunicazioni di massa, dello sviluppo dell'industria culturale, delle ricadute dell'evoluzione tecnologica nel periodo dalla prima Rivoluzione Industriale fino agli anni Cinquanta del Novecento, del tema dei mass media nella contemporaneità.

PREREQUISITI

Non è richiesto alcun prerequisito specifico

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze e comprensione della disciplina, combinando insieme la teoria sociale e la storia della comunicazione

Capacità di applicare le conoscenze acquisite per la comprensione delle figure e dei problemi chiave che segnano le tappe di snodo fondamentali lungo la strada evolutiva della comunicazione

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, attività seminariali

MODALITA' D'ESAME

Esame a distanza

APPELLI D'ESAME

APPELLI 2021

22 gennaio h. 10.00
5 febbraio h 10.00
19 febbraio h 10.00
9 aprile h 10.00
11 giugno h 10.00
25 giugno h 10.00
9 luglio h. 10.00
10 settembre h 10.00
29 ottobre h 10.00

ALTRE INFORMAZIONI UTILI

Email: irene.strazzeri@unisalento.it

PROGRAMMA ESTESO

Il corso intende offrire l'analisi critica del complesso dei problemi sociali generati dalla diffusione di Internet: dagli effetti sul modello organizzativo delle aziende e sul modo di fare business alla produzione del consenso e alla formazione delle società civili, dal digital divide al problema della privacy fino alle ripercussioni sui modelli organizzativi statali

TESTI DI RIFERIMENTO

Alberto Abbruzzese, Paolo Mancini
Sociologie della comunicazione, Laterza, Roma-Bari 2007
Manuel Castells, *Galassia Internet*, Feltrinelli, 2013