SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE (LM41)

(Università degli Studi)

Insegnamento Mod. B - Psicologia della comunicazione e nuovi media

GenCod A005757

Docente titolare ALESSIA ROCHIRA

Insegnamento Mod. B - Psicologia della comunicazione e nuovi media

Insegnamento in inglese Mod. B - Psychology of communication and new

Settore disciplinare M-PSI/05

Corso di studi di riferimento SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 48.0

Per immatricolati nel 2020/2021

Erogato nel 2020/2021

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso SVILUPPO DEL TERRITORIO E DIDATTICA DELLE SCIENZE UMANE

Sede

Periodo Secondo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione

Orario dell'insegnamento https://easyroom.unisalento.it/Orario

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso persegue la finalità principale di fornire le basi teoriche per lo studio dell'impatto dei nuovi media sui processi individuali e sociali fornendo agli studenti i principali concetti per comprendere la comunicazione mediata dalle nuove tecnologie e le sue peculiarità in rapporto alle forme tradizionali di comunicazione e interazione. Allo scopo, il corso mira a delineare una prospettiva teorica generale e organica che permetta di analizzare l'influenza che i nuovi media hanno sull'esperienza personale e relazionale con un focus privilegiato su alcuni temi chiave della psicologia sociale, in particolare la formazione delle impressioni, la costruzione del Sé e dell'Identità, l'interazione nei gruppi sociali e le relazioni fra i gruppi sociali.

PREREQUISITI

Conoscenza dei principali costrutti e teorie della psicologia sociale. Livello base di comprensione della lingua inglese in forma scritta.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso persegue i seguenti obiettivi:

- far acquisire conoscenze teoriche riguardanti il ruolo dei nuovi media nei processi di comunicazione e l'effetto che essi hanno sull'esperienza personale e relazionale dei fruitori con particolare riguardo all'analisi della comunicazione mediata dalle tecnologie di più largo uso e a come l'uso della rete interviene a modellare alcuni processi chiave della psicologia sociale, ad esempio la formazione delle impressioni, lo sviluppo del concetto di sé, la formazione dei gruppi sociali;
- stimolare la comprensione dei contenuti teorici e le competenze argomentative degli studenti oltre alla capacità di elaborare idee originali e affinare il proprio giudizio critico su come i contenuti appresi possano essere applicati per approfondire tematiche nuove connesse all'ambito di studio;
- sviluppare la capacità degli studenti di utilizzare in maniera autonoma i concetti teorici e le conoscenze acquisite per analizzare situazioni e avvenimenti sociali di attualità connessi alla comunicazione mediata dalle nuove tecnologie e alla fruizione della rete;
- sviluppare le abilità di comunicazione dei contenuti appresi utilizzando un linguaggio tecnico appropriato e con modalità chiara e non ambigue;

METODI DIDATTICI	Il corso si strutturerà in ore di lezioni frontali. In particolare, verranno adottate metodologie didattiche attive ed interattive ed eventualmente potranno essere programmate esercitazioni da svolgersi in aula – a seconda del numero degli studenti frequentanti – allo scopo di favorire l'apprendimento attivo dei contenuti della psicologia della comunicazione e dei nuovi media attraverso l'analisi critica di testi, l'utilizzo di materiali video e l'applicazione dei contenuti socializzati a casi reali. In particolare, gli studenti frequentanti saranno accompagnati nella lettura e comprensione di alcuni articoli scientifici che approfondiscono i contenuti del corso.
MODALITA' D'ESAME	L'esame consisterà in un colloquio orale. La modalità di esposizione orale consentiranno di perseguire al meglio gli obiettivi formativi, in particolare consentiranno di verificare: - Il livello di conoscenza dei contenuti del corso - Il livello di padronanza del linguaggio tecnico-scientifico e l'abilità di comunicare i contenuti appresi in modo chiaro - La capacità di applicare i saperi acquisiti sul tema della psicologia della comunicazione e dei nuovi media per leggere e interpretare criticamente fenomeni di attualità elaborando giudizi originali.
APPELLI D'ESAME	Per gli appelli d'esame si rimanda al calendario generale degli appelli pubblicato sul sito di Facoltà.
ALTRE INFORMAZIONI UTILI	La prenotazione agli appelli d'esame deve essere effettuata tramite la procedura informatizzata di Ateneo. Si invitano gli studenti a consultare con regolarità la sezione "Notizie"
PROGRAMMA ESTESO	Il corso approfondirà, in maniera particolare, le seguenti tematiche: 1. Introduzione allo studio della comunicazione umana 2. Che cosa significa comunicare: cosa sono i significati e la loro importanza nella comunicazione umana 3. Intenzione e Comunicazione. I concetti di presenza e presenza sociale 4. La comunicazione nei e fra i gruppi sociali: i gruppi virtuali 5. La comunicazione mediata dal computer (CMC) 6. Le relazioni in rete 7. L'aggressività in rete 8. Sé, Identità e Nuove Tecnologie
TESTI DI RIFERIMENTO	- Anolli, F. (2006) Fondamenti di Psicologia della Comunicazione. Il Mulino, Bologna (Capp 1-3-4-8-9). - Patricia Wallace (2017). La Psicologia di Internet. Nuova edizione, Cortina editore (Capp 2-3-4-5-6-11). - Appunti e Materiali condivisi a lezione