

# 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 **Anno di corso** 1

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

**Lingua** ITALIANO

**Settore disciplinare** M-PSI/05

**Percorso** SVILUPPO DEL TERRITORIO E DIDATTICA DELLE SCIENZE UMANE

**Corso di studi di riferimento** SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE

**Tipo corso di studi** Laurea Magistrale

**Sede**

**Crediti** 8.0

**Periodo** Secondo Semestre

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale: 48.0

**Tipo esame** Orale

**Per immatricolati nel** 2019/2020

**Valutazione**

**Erogato nel** 2019/2020

**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 i processi di comunicazione mediati dalle nuove tecnologie e le loro peculiarità in rapporto alle forme tradizionali di comunicazione e interazione. Nello specifico, 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 e di comunità.

### PREREQUISITI

Conoscenza delle nozioni di base della psicologia sociale. Livello base di conoscenza della lingua inglese in forma scritta.

### OBIETTIVI FORMATIVI

Nello specifico, il corso persegue i seguenti obiettivi:

- far acquisire conoscenze teoriche di base riguardanti gli effetti dei nuovi media sull'esperienza personale e relazionale dei fruitori, con particolare riguardo ad alcuni temi cardine – in particolare l'identità, l'interazione, e l'azione;
- stimolare la comprensione dei contenuti teorici e le competenze argomentative degli studenti;
- sviluppare la capacità degli studenti di utilizzare i concetti teorici e le conoscenze acquisite per analizzare situazioni e fenomeni sociali di attualità;
- sviluppare le abilità di comunicazione dei contenuti appresi;

### METODI DIDATTICI

Il corso si strutturerà in ore di lezioni frontali. In particolare, verranno adottate metodologie didattiche attive e 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 dei nuovi media attraverso l'applicazione dei contenuti socializzati a casi reali.

---

#### MODALITA' D'ESAME

L'esame consisterà in un colloquio orale volto a verificare:

- Il livello di conoscenza dei contenuti del corso
- Il livello di padronanza del linguaggio tecnico-scientifico
- La capacità di applicare i saperi acquisiti sul tema della psicologia dei nuovi media per leggere ed interpretare eventi e fenomeni di attualità

---

#### APPELLI D'ESAME

Si rimanda al calendario generale degli appelli pubblicato sul sito di Facoltà. Inoltre, si invitano gli studenti a consultare con regolarità la sezione "Notizie"

---

#### ALTRE INFORMAZIONI UTILI

La prenotazione agli appelli d'esame deve essere effettuata tramite la procedura informatizzata di Ateneo.

---

#### PROGRAMMA ESTESO

Il corso approfondirà, in maniera particolare, le seguenti tematiche:

- La teoria dell'inter-azione situata;
- I concetti di presenza e presenza sociale
- L'impatto dei media sull'esperienza individuale e sociale
- I processi di adattamento ai nuovi media
- Gli effetti dei media sulla corporeità
- Media come limiti e opportunità per l'azione
- Media, soggettività e identità
- I gruppi virtual

---

#### TESTI DI RIFERIMENTO

Riva, G. (2012). Psicologia dei nuovi media (3° Edizione). Bologna: Il Mulino  
Sugliano, A.M. (2007). I gruppi virtuali. In B.Bertani e M.Manetti Psicologia dei gruppi. Teoria, contesti e metodologie d'intervento (pp. 135-154). Milano: Franco Angeli  
Mannarini, T. (2016). Senso di Comunità: come e perchè i legami contano (capitoli 1 e 5). Milano: McGraw-Hill Education