

FACOLTÀ: GIURISPRUDENZA

CORSO DI LAUREA: SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (curr. Digital Marketing)

INSEGNAMENTO: COMUNICAZIONE 2.0

CFU: 9

EVENTUALE ARTICOLAZIONE IN MODULI: --

ANNO DI CORSO: 3

NOME DOCENTE: MARCO PEDRONI

Indirizzo e-mail: marco.pedroni@uniecampus.it

I docenti possono essere contattati attraverso la sezione *Ricevimento docenti*, presente nell'area riservata del sito di Ateneo, che comprende *Ufficio virtuale*, *Sistema di messaggistica* e *Ricevimento Telefonico*.

Per le comunicazioni scritte bisogna utilizzare il *Sistema di Messaggistica*.

Orario ricevimento on line:

Martedì dalle 15.00 alle 16.00 (si consiglia di prendere appuntamento)

RISULTATI DI APPRENDIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

Web 2.0 è un'etichetta giornalistica creata da Tim O'Reilly per descrivere l'evoluzione di Internet verso una crescente interattività e una cultura della partecipazione che è oggi incarnata dai *social network sites*. L'espressione enfatizza le differenze rispetto al Web 1.0, un modello diffuso fino agli Novanta del secolo scorso e caratterizzato da siti web statici con scarse o nulle possibilità di interazione tra utenti della rete. Al di là dei cambiamenti tecnologici intervenuti nel passaggio al 2.0, l'etichetta indica un diverso approccio culturale all'uso del Web e il passaggio da una mera fruizione a un'etica della condivisione e a un'autorialità diffusa, all'interno di una logica partecipativa.

Il corso analizza i nuovi media digitali in prospettiva sociologica, mirando a conseguire i seguenti risultati formativi:

1. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione:
 - a. fornire le competenze teoriche e metodologiche per comprendere la portata dei mutamenti sociali che hanno accompagnato (e che sono stati generati da) i nuovi media digitali;
 - b. comprendere il ruolo dei media digitali nel mondo sociale contemporaneo.

2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate:
 - a. conoscere e analizzare i principali media digitali;
 - b. conoscere e analizzare le pratiche d'uso dei media digitali.
 - c. conoscere e applicare i principali approcci teorici allo studio dei media.

3. Con riferimento all'autonomia di giudizio:
 - a. stimolare una lettura critica della «rivoluzione comunicativa» indotta dai social network e dagli strumenti del Web 2.0;
 - b. individuare i rischi e i problemi connessi alla diffusione delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il corso è organizzato in due parti.

Nella prima parte (unità didattiche 1-6) verranno analizzati i principali concetti teorici e approcci utili a cogliere le novità e le trasformazioni della comunicazione mediata dal Web 2.0. In particolare: la cultura digitale; la cultura convergente; la cultura collaborativa; identità digitali; social media; digital divide; partecipazione e sfera pubblica digitale; Internet studies; cyber-entusiasmo e cyber-scetticismo; dimensione etica della network society.

La seconda parte (unità didattiche 7-9) ha una natura seminariale e laboratoriale. A partire dai testi a scelta indicati in bibliografia verranno presentate visioni utopiche e distopiche della rete al fine di discutere criticamente tanto le possibilità quanto i rischi connessi all'uso dei nuovi media digitali. I concetti trattati potranno essere messi all'opera attraverso la redazione di un elaborato scritto, in cui lo studente potrà mettere alla prova le competenze analitiche maturate nella prima parte del corso.

Unità didattiche:

1. Prolegomeni I
2. Prolegomeni II
3. Artefatti
4. Pratiche sociali I
5. Pratiche sociali II
6. Istituzioni
7. Politica 2.0 e giornalismo 2.0
8. Libertà 2.0 e Proprietà intellettuale 2.0
9. Moda 2.0 e Condivisione 2.0

EVENTUALI PROPEDEUTICITÀ CONSIGLIATE:

Sociologia della comunicazione e dell'informazione.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO ESAME

L'esame si svolge a scelta dello studente in modalità scritta, attraverso una prova costituita da 23 domande a risposta chiusa e 2 domande a risposta aperta con eventuale orale integrativo, o in modalità orale, in base a quanto previsto dal *Regolamento per lo svolgimento degli esami di profitto* consultabile sul sito dell'Ateneo, al seguente link:

https://www.uniecampus.it/fileadmin/user_upload/regolamenti/Regolamento_per_lo_Svolgimento_degli_esami_di_profitto.pdf

CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

Con riferimento alle conoscenze e capacità di comprensione l'esame finale valuterà l'acquisizione da parte dello studente delle nozioni fondamentali relative agli argomenti elencati nel programma dettagliato dell'insegnamento.

Con riferimento all'applicazione delle conoscenze e capacità acquisite l'esame finale valuterà la capacità dello studente di collegare i diversi temi trattati e la capacità di applicare empiricamente le conoscenze acquisite.

Con riferimento all'autonomia di giudizio, l'esame finale valuterà, oltre ai contenuti delle risposte, anche la capacità di riflettere criticamente sugli argomenti del corso.

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Sulla base dei criteri di valutazione dell'apprendimento sopra indicati, l'attribuzione del voto finale avviene attraverso i seguenti criteri:

- 1) Criteri di attribuzione del voto alla prova scritta:
 - a) le risposte alle domande chiuse sono valutate su scala 0-1 punti, secondo i seguenti criteri:
 - 0 = risposta errata o mancante;
 - 1 = risposta corretta;
 - b) le risposte alle domande aperte sono valutate su scala 0-2 punti, secondo i seguenti criteri:
 - 0 = risposta mancante, errata o priva di elaborazione personale;
 - 1 = contestualizzazione della risposta corretta, ma con presenza di elementi non corretti o esposta in modo non efficace o incompleto;
 - 2 = risposta corretta, completa e ben esposta.

Alla prova scritta può essere attribuito un punteggio massimo di 27/30.

È possibile sostenere una prova orale integrativa per il raggiungimento di un punteggio superiore come dettagliato nel Regolamento per lo svolgimento degli esami di profitto.

- 2) Criteri di attribuzione del voto alla prova orale:
 - a) 0/30 – 17/30: prevalenza di argomentazioni non corrette e/o incomplete e scarsa capacità espositiva;
 - b) 18/30 – 21/30: prevalenza di argomentazioni corrette adeguatamente esposte;
 - c) 22/30 – 26/30: argomentazioni corrette e ben esposte;
 - d) 27/30 – 30/30 e lode: conoscenza approfondita della materia ed elevata capacità espositiva, di approfondimento e di rielaborazione.

MATERIALE DIDATTICO

Gli studenti sono tenuti a completare la preparazione per l'esame integrando i materiali didattici disponibili sulla piattaforma (slide, videolezioni, audiolezioni, ecc.) con il seguente **volume obbligatorio**:

G. Boccia Artieri, F. Pasquali, L. Gemini, S. Carlo, M. Farci, M. Pedroni, *Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*, Guerini e associati, Milano, 2017

Di seguito una lista di testi non obbligatori.

Gruppo A (è consigliata la lettura di almeno uno dei seguenti testi, che costituiscono utili manuali e integrano i contenuti delle slide):

- **A1.** Davide Bennato, *Sociologia dei media digitali*, Laterza 2015
- **A2.** Adam Arvidsson e Alessandro Delfanti, *Introduzione ai media digitali*, Il Mulino 2013

Gruppo B (è consigliata la lettura di almeno uno dei seguenti testi; nella lezione 2 del corso sono indicati i capitoli da approfondire con maggiore attenzione):

- **B1:** Yochai Benkler, *La ricchezza della rete*, Università Bocconi 2007
- **B2:** Giovanni Boccia Artieri, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, FrancoAngeli 2013
- **B3:** Manuel Castells, *Comunicazione e potere*, Codice 2011
- **B4:** Erik Davis, *Techgnosis, Miti, magia e misticismo nell'era dell'informazione*, Ipermedium 2001
- **B5:** Geert Lovink, *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, Egea 2012
- **B6:** Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo 2007
- **B7:** Leah A. Lievrouw e Sonia Livingstone S. (a cura di), *Capire i new media*, Hoepli 2007
- **B8:** David Lyon, *La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana*, Feltrinelli 2002
- **B9:** Armand Mattelart, *Storia della società dell'informazione*, Einaudi 2002
- **B10:** Evgeny Morozov, *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di internet*, Codice 2011
- **B11:** Evgeny Morozov, *Internet non salverà il mondo*, Mondadori 2014

Ulteriori testi sono suggeriti nelle lezioni.

ATTIVITÀ DIDATTICHE

Il materiale didattico del corso consta di slide e file di testo, di audio/videolezioni (didattica erogativa), nonché di quiz (didattica interattiva).

Attività di Didattica Erogativa:

- 30 ore di videolezioni/audiolezioni

Attività di Didattica Interattiva:

- 32 ore di quiz di autovalutazione

Attività di autoapprendimento (ore di impegno stimato per lo studente):

- 163 ore (slides del corso e file di testo, testi d'esame)

Nel corso dell'anno accademico potranno essere organizzati cicli di Webinar. Lo studente potrà visionare il calendario dei webinar del CdS nella sezione Webinar.

L'insegnamento prevede la redazione di un **elaborato finale (tesina)**. Il canale previsto per la consegna da parte dello studente dell'elaborato finale è l'**ePortfolio**. L'elaborato deve essere consegnato almeno 14 giorni prima della data d'esame.

CONSIGLI DEL DOCENTE

1. Si consiglia lo studio graduale dei materiali didattici.
2. Si consiglia di prevedere un tempo di preparazione dell'esame di almeno tre mesi.
3. Si consiglia di prestare particolare cura nello svolgimento della tesina, che deve essere svolta autonomamente e dimostrare capacità critica. Il docente esegue controlli sui file con software antiplagio per verificare che i materiali non siano stati copiati da Internet o da altre fonti. In caso di documentato plagio lo studente non è ammesso all'esame e deve svolgere nuovamente le esercitazioni. Gli unici formati ammessi per la redazione della tesina sono .doc., .docx, .pdf, .rtf.
4. La capacità di individuare e discutere i nessi tra le diverse parti del corso sarà particolarmente apprezzata in sede di esame orale (facoltativo).
5. Per sostenere l'esame è assolutamente necessario aver scaricato tutte le lezioni del corso.