



SCHEMA DELL'INSEGNAMENTO (SI) SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

**SSD: SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
(SPS/08)**

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: CULTURE DIGITALI E DELLA COMUNICAZIONE
(D27)

ANNO ACCADEMICO 2023/2024

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: BIFULCO LUCA

TELEFONO: 081-2532195

EMAIL: luca.bifulco@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: U5282 - CULTURE DIGITALI E DELLA COMUNICAZIONE

MODULO: U5331 - SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO

CANALE: Centro storico

ANNO DI CORSO: I

PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE II

CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

Non previsti

EVENTUALI PREREQUISITI

Non previsti

OBIETTIVI FORMATIVI

Obiettivo dell'insegnamento e quello di fornire agli studenti gli strumenti concettuali ed analitici di base attraverso cui comprendere, in virtù di uno sguardo sociologico, i fattori culturali dell'esperienza di vita quotidiana all'interno di una realtà sociale caratterizzata dalla rilevanza dei media, in particolar modo dei media digitali.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare di saper riconoscere, distinguere, comprendere, ricordare e descrivere le categorie e gli strumenti analitici di base della sociologia della cultura e dei processi comunicativi, che il percorso formativo intende fornire in modo esaustivo, dimostrando di saper cogliere le relazioni tra i fenomeni socio-culturali, l'esperienza della vita quotidiana e l'uso dei media in un'epoca digitalizzata. Tali strumenti consentiranno agli studenti di cogliere i nessi tra cultura, società ed esperienza negli ambienti fisici e digitali, con un occhio di riguardo verso le forme di corporeità, i processi identitari e di presentazione del sé, i meccanismi di prestigio e reputazionali, le caratteristiche del rapporto tra comunicazione e industria culturale e del loisir.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente deve dimostrare di essere in grado di applicare gli strumenti teorici e analitici forniti per orientarsi criticamente nella realtà socio-culturale contemporanea, mostrando, utilizzando, trasferendo le competenze apprese in una potenziale dimensione operativa. Scopo del percorso formativo sarà quello di fornire le capacità utili ad elaborare argomentazioni critiche per affrontare il mondo sociale in ottica trasformativa.

PROGRAMMA-SYLLABUS

Dopo una parte introduttiva, dedicata alle categorie e al lessico sociologico, con specifico focus sui processi culturali e comunicativi, nel corso si studieranno i fenomeni socio-culturali che caratterizzano la collettività (3 CFU). Specifico approfondimento verrà riservato ai fenomeni comunicativi in ambito sportivo (3 CFU).

Argomenti del corso:

Cultura e società

La cultura nella sociologia

Il significato culturale

La cultura come creazione sociale

Produzione, distribuzione e ricezione della cultura

La costruzione culturale dei problemi sociali

Produzione culturale e consumi di cultura

Industria dell'intrattenimento e tempo libero

Cultura del consumo

Cultura e organizzazioni: fare le cose in un mondo multiculturale

La cultura in un mondo connesso

Lo sport tra narrazione, comunicazione e mediatizzazione

I prodotti della comunicazione sportiva

Gli attori della comunicazione sportiva

I processi della comunicazione sportiva

MATERIALE DIDATTICO

1) W. Griswold, *Sociologia della cultura*, Il Mulino, 2004.

2) Luca Bifulco, Alessandro Formisano, Giancarlo Panico, Mario Tirino (a cura di), *Sport e comunicazione nell'era digitale. Media, processi, attori*, Franco Angeli, 2023.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

Le lezioni saranno frontali. E' prevista la possibilità di incontri seminariali

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame

- Scritto
- Orale
- Discussione di elaborato progettuale
- Altro

In caso di prova scritta i quesiti sono

- A risposta multipla
- A risposta libera
- Esercizi numerici

b) Modalità di valutazione