



FACOLTÀ DI GIORNALISMO & COMUNICAZIONE

MASTER DI II LIVELLO IN GIORNALISMO, EDITORIA & COMUNICAZIONE SOCIALE

Presentazione del Corso

Il Master di II Livello in Giornalismo, Editoria & Comunicazione Sociale provvede a fornire una formazione di base specialistica per la comunicazione sociale attraverso i canali del giornalismo e dell'editoria, con un programma bilanciato che copre i campi del giornalismo, dell'editoria e della comunicazione ma riprendendo al contempo elementi della giurisprudenza specifica e della gestione economica di questo settore, espandendo il ventaglio di competenze dello studente ai nuovi media e al loro impatto sulla società.

Obiettivi formativi

Al completamento del Corso di Master di II Livello in Giornalismo, Editoria & Comunicazione Sociale lo studente avrà un quadro generale del mondo del giornalismo e dell'editoria e di come questi influiscano sulla comunicazione sociale, avendo sviluppato competenze di base sia sotto gli aspetti strettamente tecnico-settoriali sia sotto quelli psicologici e sociologici, sapendoli infine applicare a particolari contesti quali i nuovi media e le fake news e la comunicazione attraverso il giornalismo e l'editoria per le politiche sociali.

Sbocchi occupazionali

Il Corso di Master di II Livello in Giornalismo, Editoria & Comunicazione Sociale offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un esempio di un possibile sbocco occupazionale:

- Esperto per la comunicazione sociale

Requisiti di ammissione, esami di verifica e prova finale

Possono iscriversi i candidati in possesso di Diploma di Scuola Media Superiore e Laurea Triennale o Laurea Specialistica, Magistrale o Vecchio Ordinamento. In difetto dei titoli di studio richiesti, è possibile l'ammissione su dossier, sulla base di una valutazione dei titoli di studio conseguiti e dell'esperienza acquisita, nonché delle competenze sviluppate nel quadro dell'attività professionale.

Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso Tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.

La prova finale consiste in una Tesi di almeno 30 pagine su uno degli argomenti trattati durante il Master.



UNICAMPUS HETG Sàrl
Siège social: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève, Suisse
www.unicampushetg.ch

MASTER DI II LIVELLO IN
GIORNALISMO, EDITORIA & COMUNICAZIONE SOCIALE

SSD	INSEGNAMENTO	ECTS
M-STO/08	Storia della Stampa e dell'Editoria	6
IUS/09	Diritto dell'Informazione	4
L-LIN/01	Metodi Compositivi per la Comunicazione	4
SECS-P/08	Business Publishing	6
SPS/08	Fondamenti di Giornalismo	8
SPS/08	Sociologia della Comunicazione	6
M-PSI/05	Psicologia della Comunicazione	8
SPS/07	Politiche Sociali	5
SPS/08	Etica e Sociologia dei nuovi mezzi di comunicazione di massa	4
M-STO/08	Fake News & Fact Checking	5
	Tesi finale	4

DURATA E STRUTTURA DEL MASTER DI II LIVELLO	
Durata:	Annuale – 1500 ore
Iscrizioni:	Sempre aperte tutto l'anno
Crediti:	60 ECTS
Modalità:	Online
Prezzo:	CHF/EUR 2.000,00



PROGRAMMA

INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
<p>Storia della Stampa e dell'Editoria</p>	<p>STORIA DELLA STAMPA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definizioni di notizia: tre diversi approcci2. Il XVII secolo e l'invenzione dei giornali3. La stampa nel XVIII secolo sino alla Rivoluzione Francese4. Trasmissione di notizie a mezzo telegrafo nell'età vittoriana5. La nascita delle agenzie di stampa6. La nascita del giornalismo moderno7. La stampa quale mezzo di comunicazione di massa8. La stampa quale strumento di propaganda politica9. Le notizie che viaggiano nell'etere: la nascita dei radiogiornali10. Stampa e cinema: i cinegiornali11. Tra notizie ed intrattenimento: i telegiornali12. La stampa nell'era digitale <p>STORIA DELL'EDITORIA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definizione di testo2. Definizione di Autore3. I libri nell'antichità4. I libri nel medioevo5. L'impatto rivoluzionario dell'invenzione della stampa a caratteri mobili6. Dalla diffusione dei libri alla diversificazione dei lettori7. I libri come "vettori culturali di massa"8. Libri e mercato dei libri9. Riviste e quotidiani10. Regolamentazione e censura dell'attività editoriale nella storia11. Addio alla carta stampata? Trasformazioni e nuove speranze nell'era digitale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ E. KING, Free for All: The Internet's Transformation of Journalism, Northwestern University Press, 2010▪ M. G. TAVONI, Storie di libri e tecnologie. Dall'avvento della stampa al digitale, Carocci, 2021



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Diritto dell'Informazione	<ol style="list-style-type: none">1. La libertà d'informazione nella Costituzione della Repubblica Italiana2. La libertà d'informazione nell'Unione Europea e nel diritto internazionale3. Cenni storici sulla stampa e sulla libertà di stampa4. La libertà di stampa nell'ordinamento italiano5. Le trasmissioni radiotelevisive: origini storiche e loro evoluzione giuridica6. Diritto dell'Informazione e multimedialità: Internet, "Big Tech" e "fake news". <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ R. ZACCARIA, Diritto dell'informazione e della comunicazione, CEDAM, 11a edizione, 2021
Metodi Compositivi per la Comunicazione	<ol style="list-style-type: none">1. Le diverse tipologie dei destinatari nella comunicazione2. Grammatica e stile nella comunicazione scritta e verbale3. L'uso degli strumenti retorici nella comunicazione scritta e verbale4. La redazione del testo e i suoi procedimenti5. La scrittura "tecnica": gerghi e terminologie specifiche6. Alcune convenzioni nella comunicazione professionale7. Nuove tecnologie di scrittura e di lettura8. Etica, accessibilità e inclusività nella comunicazione professionale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M. Santambrogio, Manuale di scrittura (non creativa), Laterza, 4a Edizione, 2008
Business Publishing	<ol style="list-style-type: none">1. Breve panoramica del settore dell'editoria e della sua storia2. Le operazioni fondamentali di una casa editrice3. Le nuove tecnologie e i diritti digitali4. I quotidiani5. Le riviste6. I libri7. Editoria e pubblicità8. Strategie innovative per competere nel mondo digitale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ J. EPSTEIN, Book Business: Publishing Past, Present, and Future: Publishing, Past, Present and Future, W. W. Norton & Company, 2011



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Fondamenti di Giornalismo	<ol style="list-style-type: none">1. Introduzione al giornalismo2. I componenti di una storia3. Le fonti della storia: reperimento, notiziabilità, accuratezza e verifica4. Il giornalista e i suoi strumenti: gli strumenti tradizionali5. Il giornalista e i suoi strumenti: gli strumenti moderni e innovativi6. La struttura della storia7. I tre livelli della ricerca delle informazioni8. L'intervista e la sua tecnica9. Scrivere articoli su discorsi, conferenze e simposi10. Verifica finale delle fonti e controlli incrociati11. Verifica dell'accuratezza delle notizie riportate12. Continuare a seguire la notizia: copertura generale della storia e articoli successivi <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M. MENCHER, Melvin Mencher's News Reporting and Writing, 12a edizione, McGraw-Hill Education, 2010
Sociologia della Comunicazione	<ol style="list-style-type: none">1. I media, la comunicazione e i cambiamenti sociali2. I media tradizionali e i nuovi media: similitudini, differenze e interazioni3. I social network e la modifica della percezione identitaria di gruppo4. I social media e scale valoriali5. I social media e i nuovi paradigmi di interazione sociale6. Nuove forme di comunicazione e orientamento politico7. Nuove forme di comunicazione e trasformazione sociale8. Differenze di percezione dei nuovi strumenti di comunicazione per fascia d'età <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Roma, 2019
Psicologia della Comunicazione	<ol style="list-style-type: none">1. Definizione di comunicazione2. L'evoluzione della comunicazione3. Forma e funzione nella comunicazione4. La comunicazione visiva5. La comunicazione uditiva6. La comunicazione tattile7. Altre forme di comunicazione non-verbale8. La comunicazione umana e il contesto culturale9. Comunicazione umana e gender <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ L. LOTTO, R. RUMIATI, Introduzione alla psicologia della comunicazione, Seconda edizione, Bologna, Il Mulino, 2013



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Politiche Sociali	<ol style="list-style-type: none">1. Le politiche sociali in Italia nel '9002. La transizione neoliberista in Italia dagli anni '90 a oggi3. Le politiche del lavoro in Italia dal 1970 ad oggi4. Millennials e crisi educativa5. La politica sanitaria in Italia prima e durante la pandemia di COVID-196. Femminicidio e parità di genere: strumenti legislativi e giudiziari per creare un'inversione di tendenza7. Dalle "rivoluzioni colorate" alle rotte migratorie: l'Italia quale capofila europeo nell'accoglienza dei migranti8. Calo della natalità, immigrazione e politiche della famiglia9. Sovraffollamento delle carceri e riabilitazione dei detenuti10. Xenofobia e razzismo nell'Italia e nell'Europa del XXI secolo <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Kazepov Y., Carbone D., Che cos'è il welfare state, Carocci, Roma, 2018▪ Esping-Andersen G., La rivoluzione incompiuta. Donne, famiglie e welfare, il Mulino, Bologna, 2011▪ Sabatinelli S., Politiche per crescere. La prima infanzia tra cura e investimento sociale, il Mulino, Bologna, 2017



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
<p>Etica e Sociologia dei nuovi mezzi di comunicazione di massa</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Definizione di media e loro classificazione2. Comunicazione di massa3. Caratteristiche dei mass media4. Social media e nuovi media5. Pubblico e cultura di massa6. Etica dei media7. La libertà di stampa8. Tipi di media9. Funzioni dei media10. Sviluppo dei mezzi di comunicazione11. Internet e la rivoluzione dell'informazione12. Prospettive teoriche dei media13. Adorno e Horkheimer: La Scuola di Francoforte14. McLuhan: Il medium è il messaggio15. Jean Baudrillard: simulacri e iperrealità16. Angela McRobbie: la cultura popolare17. Media e società18. Ruolo dei media nel cambiamento e nello sviluppo sociale19. Ruolo dei media nell'istruzione20. I media come fonte di intrattenimento21. Influenza del cinema e della televisione22. Impatto dei media sulle donne23. Reciprocità tra media e giovani24. Il cambio di paradigma nella stampa e nell'editoria25. I social media quali piattaforma vitale26. Leggi ed etica dei media27. Cenni storici sulle leggi sui media in Italia, Europa e Nord America28. Leggi sulla stampa e leggi che disciplinano le informazioni digitali29. I media come business30. Il paradosso dei social media e dei media tradizionali31. L'etica dei media e il suo impatto sul sistema di valori32. Media: tendenze e sfide emergenti33. La copertura mediatica di varie forme di violenza34. Il futuro della democrazia e dei media35. Giustizia sociale e attivismo mediatico36. Media e magistratura37. Media e attivismo politico38. I mass media come generatori culturali <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Roma, 2019



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Fake News & Fact Checking	<ol style="list-style-type: none">1. L'alfabetizzazione giornalistica e la sua importanza nella comunicazione2. Notizie e false notizie nell'Era dell'Informazione3. Analisi di diverse tipologie di giornalismo nazionale ed estero4. Diritto d'informazione, libertà di stampa e loro uso corretto5. La figura del giornalista nel contesto delle fake news6. Verità giornalistica: verifica, raccolta di notizie ed errori di valutazione7. Opinioni spacciate per notizie e come identificarle; 8. Il concetto di "bias"9. L'analisi della fonte delle informazioni10. Il processo di decostruzione di una notizia11. Il potere delle immagini: decostruire i notiziari TV12. Fake News & Fact Checking nel mondo digitale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ G. LOPEZ-GARCIA ET AL., Politics of Disinformation, Wiley-Blackwell, 2021 <p>oppure</p> <ul style="list-style-type: none">▪ J. LAGARDE, D. HUDGINS, Fact Vs. Fiction: Teaching Critical Thinking Skills in the Age of Fake News, International Society for Technology in Education, 2018
Tesi finale	Un elaborato su uno dei temi trattati di almeno 30 pagine.