



FACOLTÀ DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

MASTER DI II LIVELLO IN POLITICA & INFORMAZIONE DIGITALE

Presentazione del Corso

Il Master Alta di Formazione in Politica & Informazione Digitale ha lo scopo di impartire una conoscenza di base degli argomenti politici essenziali e di tradurli in un'efficace comunicazione di tipo avanzato attraverso il corretto uso dei mezzi di comunicazione di massa con particolare attenzione a contrastare le fake news.

Obiettivi formativi

Al completamento del Corso di Master di II Livello in Politica & Informazione Digitale lo studente avrà acquisito un bagaglio di conoscenze fondamentali riguardo la politica e avrà sviluppato delle capacità comunicative avanzate per veicolare eticamente messaggi politici attraverso l'uso dei mezzi di comunicazione di massa e sarà in grado di contrastare le fake news attraverso procedure rigorose di verifica delle fonti.

Sbocchi occupazionali

Il Corso di Master di II Livello in Politica & Informazione Digitale offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un elenco di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Social Media Manager
- Esperto della comunicazione per campagne elettorali

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.



**MASTER DI II LIVELLO IN
POLITICA & INFORMAZIONE DIGITALE**

SSD	INSEGNAMENTO	ECTS
SPS/04	Scienza Politica	7
SPS/07	Politiche Sociali	5
SPS/02	Storia del Pensiero Politico	7
SPS/08	Etica e Sociologia dei nuovi mezzi di comunicazione di massa	6
L-LIN/01	Metodi Compositivi per la Comunicazione	7
M-PSI/05	Psicologia della Comunicazione	6
M-STO/04	Storia Contemporanea	5
M-STO/08	Fake News & Fact Checking	5
SPS/08	Giornalismo Multimediale	4
SPS/11	Media Digitali e Libertà d'Espressione	4
	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
Scienza Politica	<ol style="list-style-type: none">1. Storia della Scienza Politica2. Le definizioni moderne di Scienza Politica3. Le metodologie della Scienza Politica4. Natura ed elementi costituenti di uno Stato5. Teorie sulla classificazione degli Stati6. Forme di governo7. Organi di governo8. La sovranità dello Stato: fondamenti storici, giuridici e filosofici9. Principi politici e ideologie: sistemi di pensiero politico, democrazia e cittadinanza <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ D. CARAMANI et al., Scienza Politica, EGEA, 2^a edizione, 2015
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 style="text-align: center;">Storia del Pensiero Politico</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Le radici del pensiero politico nell'antichità: Egitto, Cina e India2. La fondazione del pensiero politico occidentale: l'antica Grecia, Tucidide, Socrate, Platone e Aristotele3. Sant'Agostino d'Ipbona4. San Tommaso d'Aquino5. San Tommaso Moro6. Il pensiero politico nell'Islam7. Machiavelli e il pensiero politico nel Rinascimento8. Thomas Hobbes9. John Locke e la nascita del liberalismo10. Rousseau, l'Illuminismo e la Rivoluzione Francese11. Thomas Paine, Edmund Burke e il dibattito sul liberalismo12. Il razionalismo inglese e l'utilitarismo di Bentham13. Immanuel Kant e la critica all'utilitarismo14. La filosofia politica kantiana15. Il pensiero politico di Hegel e la critica a Kant16. Karl Marx e la critica al capitalismo17. Nietzsche e l'anti-fondazionalismo18. Il pensiero politico nel XX secolo: Carl Schmitt, Hanna Arendt, John Rawls19. Il pensiero politico nel nuovo millennio: Michael Walzer e Charles Taylor <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ L.M. Bassani, A. Mingardi, Dalla polis allo Stato. Introduzione alla storia del pensiero politico, Torino, Giappichelli, 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
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
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
<p>Storia Contemporanea</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Introduzione alle metodologie di ricerca storica2. La nascita dei partiti politici italiani3. Il dopoguerra e l'Assemblea Costituente4. Le prime riforme5. I movimenti giovanili6. I movimenti studenteschi7. I movimenti operai8. La degenerazione della protesta: gli "anni di piombo"9. La "strategia della tensione"10. La fine del boom: crisi economica e crisi politica11. Gli anni Ottanta e il cambio di paradigma sociale, politico ed economico12. Gli anni Novanta: l'abbattimento del muro di Berlino e il tracollo dell'Unione Sovietica13. Gli anni Novanta: "Tangentopoli" e la fine della "Prima Repubblica"14. Gli anni Novanta: le stragi di mafia e la trattativa Stato-mafia15. Il tentativo di far nascere una "Seconda Repubblica" e le riforme mai attuate16. L'11 settembre 2001 e la "War on Terror" di George W. Bush17. Il coinvolgimento italiano nelle missioni militari internazionali18. La crisi finanziaria del 2008 e l'impatto socio-economico globale19. Gli anni 2010: crisi economiche, cambiamento climatico e l'inizio della pandemia di COVID-19 <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ G. Crainz, Storia della Repubblica. L'Italia dalla Liberazione ad oggi, Roma, Donzelli, 2016
<p>Fake News & Fact Checking</p>	<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 identificarle8. 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, 2021oppure▪ J. LAGARDE, D. HUDGINS, Fact Vs. Fiction: Teaching Critical Thinking Skills in the Age of Fake News, International Society for Technology in Education, 2018



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Giornalismo Multimediale	<ol style="list-style-type: none">1. Introduzione storica al giornalismo dalle origini sino alla diffusione di Internet2. I blog3. Scrivere per un blog4. Microblogging5. La scrittura per una piattaforma "mobile"6. Fotografie e immagini7. I video: tematiche, piattaforme e target comunicativi8. I podcast9. I social network10. Verso l'informazione globalizzata: trend, problematiche tecniche e interrogativi etici <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ S. BOLZONI, <i>Giornalismo digitale</i>, UTET Università, 2015
Media Digitali e Libertà d'Espressione	<ol style="list-style-type: none">1. Introduzione all'etica dei media nel mondo digitale2. Media digitali e dignità3. Media digitali e trasparenza4. Media digitali e privacy5. Libertà di espressione: definizione e limiti6. La cosiddetta "Cancel Culture" e la libertà di espressione7. Social media e libertà d'espressione8. Social media, pensiero politico condizionamento elettorale: il caso Facebook9. Media digitali, libertà d'espressione e confini nazionali <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ A. Papa, <i>Il diritto dell'informazione e della comunicazione nell'era digitale</i>, Giappichelli, Torino, 2018.▪ P. Caretti, A. Cardone, <i>Diritto dell'informazione e della comunicazione nell'era della convergenza</i>, il Mulino, Bologna, 2019
Tesi finale	Un elaborato su uno dei temi trattati di almeno 30 pagine.