



UNIVERSITÀ DI PISA

ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA

VERONICA NERI

Academic year	2018/19
Course	DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E DELLA COMUNICAZIONE
Code	419MM
Credits	6

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA	M-FIL/03	LEZIONI	36	VERONICA NERI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Introduzione all'etica applicata e alle sue molteplici declinazioni; introduzione all'etica della comunicazione pubblica; apparato deontologico e normativo relativo alla comunicazione pubblica; problematiche etiche relative alla comunicazione pubblica; strategie, linguaggi, strumenti e metodologie della comunicazione di enti pubblici; prospettive etiche possibili in relazione allo sviluppo di una amministrazione sempre più digitale.

Modalità di verifica delle conoscenze

Interazione con il docente durante le lezioni.

Capacità

Sapere analizzare la comunicazione pubblica nei suoi aspetti etici e deontologici; sapere riconoscere strumenti e strategie specifiche per la comunicazione interna e esterna degli enti pubblici, anche in riferimento alle tecnologie emergenti.

Modalità di verifica delle capacità

Analisi di casi di studio durante le lezioni; brainstorming all'inizio di ogni lezione; lezione partecipata.

Comportamenti

Gli studenti dovranno ascoltare e intervenire per chiarimenti o riflessioni personali in specie nel momento finale di ogni singola lezione che sarà svolta in modalità partecipata. Lo studente potrà acquisire un'attitudine critica nei confronti di varie forme della comunicazione pubblica.

Modalità di verifica dei comportamenti

Osservazione e discussione comune durante le lezioni del corso.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Capacità di leggere, scrivere e capire ciò che si è letto.

Prerequisiti per studi successivi

Il corso offre conoscenze di base per approfondimenti più specifici sulla comunicazione pubblica e le sue problematiche etiche.

Indicazioni metodologiche

- Lezione frontale
- Lezione partecipata e dialogata;
- Video
- Brainstorming



UNIVERSITÀ DI PISA

- Power point;
- Lavagna
- Dibattito in aula
- Supporto del docente nell'orario di ricevimento.
- Eventuale partecipazione a invito di esperti per approfondire specifici problemi.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il corso intende introdurre il concetto di etica applicata e i vari ambiti in cui si declina. Si focalizzerà poi l'attenzione su uno di essi: l'etica della comunicazione pubblica, con particolare riferimento al caso italiano.

Dopo la presentazione degli apparati deontologici e normativi, si intendono problematizzare le questioni morali emergenti nell'ambito della comunicazione di temi di interesse pubblico e, più nello specifico, delle organizzazioni pubbliche nel panorama contemporaneo (dagli anni '80 del secolo scorso sino a oggi). Si porrà una particolare attenzione alle motivazioni e ai principi che guidano i processi comunicativi pubblici, interni ed esterni agli Enti, radicalmente cambiati rispetto al periodo antecedente alle riforme degli anni '90.

Si farà poi riferimento all'utilizzo delle metodologie e degli strumenti di comunicazione più tradizionali fino alle tecnologie emergenti.

Infine si approfondiranno criticamente alcuni casi studio emblematici sia in ambito italiano che internazionale.

Bibliografia e materiale didattico

1. G. Ducci, *Relazionalità consapevole. La comunicazione pubblica nella società connessa*, Franco Angeli, Milano 2017.
2. Aa.Vv., "Etiche applicate. Applied Ethics", "Teoria" 2016/2, a cura di L. Bertolino, Edizioni ETS, Pisa 2016, pp. 11-148
3. R. Bartoletti, F. Faccioli (a cura di), *Comunicazione e civic engagement. Media, spazi pubblici e nuovi processi di partecipazione*, Franco Angeli, Milano 2013, pp. 7-233.
4. A. Fabris (a cura di), *Etiche applicate: Una guida* Carocci, Roma 2018, Premessa, pp. 11-15.

N.B. Per gli studenti che devono acquisire CFU di filosofia per accedere al FIT è obbligatoria anche la lettura di A. Da Re, *Filosofia morale*, Bruno Mondadori, Milano 2018.

Indicazioni per non frequentanti

E' obbligatoria per i non frequentanti la lettura di un altro libro, oltre ai precedenti tre

S. Rolando, *Comunicazione, poteri e cittadini. Tra propaganda e partecipazione*, Egea, Milano 2014

Modalità d'esame

L'esame sarà orale. Lo studente sarà chiamato a rispondere a domande sul programma di esame da parte del docente ed eventualmente da parte di altri membri della commissione di esame.

L'esame non risulterà superato se lo studente dimostrerà nel corso del colloquio, non rispondendo alle domande o rispondendo alle domande in maniera incompleta, di non avere studiato a sufficienza, o di non avere studiato affatto.

Altri riferimenti web

Moodle: <http://polo4.elearning.unipi.it/>

Note

Il corso inizierà giovedì 21 febbraio, ore 10.15.

Ultimo aggiornamento 03/06/2019 16:07