



UNIVERSITÀ DI CATANIA  
*Dipartimento di Scienze Umanistiche*

<b>Docente</b>	Maria Vita Romeo
<b>DENOMINAZIONE Insegnamento (in italiano)</b>	Etica della comunicazione
<b>Settore scientifico disciplinare</b>	M-FIL/03
<b>Corso di Studio in cui l'insegnamento è erogato</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Laurea in: Scienze e Lingue per la Comunicazione <input type="checkbox"/> Laurea Magistrale in:
<b>Anno di corso in cui l'insegnamento è erogato</b>	<input type="checkbox"/> I anno <input type="checkbox"/> II anno <input checked="" type="checkbox"/> III anno
<b>Periodo didattico (semestre):</b>	<input checked="" type="checkbox"/> annuale <input type="checkbox"/> semestrale: <input type="checkbox"/> I semestre <input checked="" type="checkbox"/> II semestre
<b>Totale crediti: CFU</b>	6
<b>Numero ore</b>	Lezioni frontali o attività equivalenti: 36
<b>Prerequisiti richiesti (in italiano)</b>	Conoscenza delle principali teorie della comunicazione e possesso dei concetti basilari delle stesse, in particolare relativamente alla comunicazione mediatica.
<b>Obiettivi del corso (in italiano)</b>	Fornire una conoscenza ampia e dettagliata di ciò che si intende per “etica della comunicazione”, facendo riferimento alle principali riflessioni in campo morale applicate a settori comunicativi specifici, quali il giornalismo, la pubblicità, internet. In particolare, analizzare la storia e i modelli della pubblicità, il suo linguaggio e i suoi sviluppi sul piano etico. Infine, fornire uno studio specifico sul rapporto tra etica e cinema, con uno sguardo al tema dello spettatore e alle questioni morali rappresentate nel cinema.
<b>Obiettivi del corso (in inglese)</b>	To offer a wide and detailed of what “communication ethics” means, with reference to the main analyses in the moral field, as it is applied to specific communication areas, such as journalism, advertising, the internet. Particularly, to analyse the history and models of advertising, its language and its development in the moral field. Finally, to offer a specific study on the relationship between cinema and ethics, looking at spectatorship and moral issues represented by films.
<b>Contenuti del corso (in italiano)</b>	Analisi critica: il mondo come rappresentazione; atomizzazione e liquefazione delle esperienze; adultizzazione dei minori. Le etiche della comunicazione allo stato dell’arte: verità e libertà, gusto estetico, deontologia professionale, etica e netiquette, authority e accesso all’informazione. L’etica della pubblicità: storia, modelli, sviluppi, problemi morali. L’etica del cinema: modelli, esempi, tematiche morali.
<b>Contenuti del corso (in inglese)</b>	Critical analysis: the world as representation; atomization and liquefaction of experiences; adultization of youth. The ethics of communication at the state of art: truth and freedom, aesthetic manner, professional deontology, netics and netiquette, authorities and access to information. The ethics of advertising: history, models, development, moral issues. The ethics of cinema: models, samples, moral topics.

<p><b>Testi di riferimento (in italiano)</b></p>	<p>F. Bellino, <i>Per un'etica della comunicazione</i>, Bruno Mondadori 2010, pp. 216.</p> <p>V. Neri, <i>Etica della comunicazione pubblicitaria</i>, La Scuola 2014, pp. 160.</p> <p>D. E. Viganò, <i>Etica del cinema</i>, La Scuola 2013, pp. 220.</p>
<p><b>Testi di riferimento (in inglese)</b></p>	<p>F. Bellino, <i>Per un'etica della comunicazione</i>, Bruno Mondadori 2010, pp. 216.</p> <p>V. Neri, <i>Etica della comunicazione pubblicitaria</i>, La Scuola 2014, pp. 160.</p> <p>D. E. Viganò, <i>Etica del cinema</i>, La Scuola 2013, pp. 220.</p>
<p><b>Modalità d'esame Prove <i>in itinere</i></b></p>	
<p><b>Modalità d'esame Prova di fine corso</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Prova scritta  <input type="checkbox"/> Prova orale  <input type="checkbox"/> Prova pratica</p> <p>Per la valutazione dell'esame si terrà conto della padronanza dei contenuti e delle competenze acquisite, dell'accuratezza linguistica e proprietà lessicale, nonché della capacità argomentativa dimostrata dal candidato.</p>

Il Docente