

PROGRAMMA DEL CORSO DI METODOLOGIA DELLA RICERCA NELLA SOCIETÀ DIGITALE

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/07

CFU

12

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire un inquadramento complessivo delle problematiche, delle categorie e delle teorie fondamentali elaborate dalla sociologia nel corso della sua evoluzione per la comprensione delle società complesse. E di inquadrare i cambiamenti degli strumenti della metodologia della ricerca sociale determinati dall'avvento e dal consolidamento della società digitale e dell'innovazione tecnologica a ciclo continuo.

La finalità è, inoltre, quella di fornire una conoscenza di base delle riflessioni teoriche sviluppate dal pensiero sociologico intorno alle dinamiche sociali della modernità e, successivamente, della postmodernità, in cui le piattaforme tecnologiche e il processo di digitalizzazione stanno ridefinendo la mentalità collettiva e il discorso pubblico in maniera consistente. Un obiettivo ulteriore, e più specifico, riguarda l'acquisizione di conoscenze sulle principali teorie riguardanti le dinamiche e i processi sociali inquadrati secondo la prospettiva della sociologia della comunicazione politica, e secondo l'approccio del marketing politico di tipo digitale.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nella sede centrale che nelle sedi periferiche. L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.

Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione
Impegno totale stimato: 72 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Redazione di un elaborato
Partecipazione a una web conference
Svolgimento delle prove in itinere con feedback
Svolgimento della simulazione del test finale
Totale 12 ore

ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

216 ore per lo studio individuale

LIBRO DI RIFERIMENTO

Dispense del docente.

Sara Bentivegna – Giovanni Boccia Artieri, *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Laterza, 2019

Deborah Lupton, *Sociologia digitale*, Pearson, 2018

Giovanni Ziccardi, *Tecnologie per il potere*, Raffaello Cortina, 2019

Massimiliano Panarari, *Poteri e Informazione*, Mondadori Education, 2017

Massimiliano Panarari, *Uno non vale uno*, Marsilio, 2018

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione dei processi e delle dinamiche di interazione tra i soggetti e gli attori sociali delle società complesse digitalizzate (con riferimento anche agli attori politici e informativi nei flussi sociocomunicativi); e delle principali teorie sulla società elaborate nell'ambito del pensiero sociologico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione mediante l'applicazione delle competenze acquisite e delle categorie sociologiche all'analisi e all'osservazione consapevole della realtà sociale (dell'Occidente moderno e della contemporaneità).

Autonomia di giudizio: sviluppo di riflessioni critiche sui contesti collettivi, i media e le piattaforme digitali, gli agenti intermedi e gli attori e sistemi sociali, e sulla società contemporanea, con particolare riferimento alla centralità delle tecnologie al suo interno (e ai processi di re-intermediazione in atto).

Abilità comunicative: L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di

argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento: si richiede da parte degli studenti una modalità critica di apprendimento in grado di bilanciare capacità teorica, attenzione e sensibilità verso l'osservazione concreta dell'evoluzione dei sistemi sociali, e osservazione dell'evoluzione dell'uso delle tecnologie

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - PRESENTAZIONE DEL CORSO

2 - DIAGRAMMI DI SCHRAMM E IL CONCETTO DI FEEDBACK

3 - I REGISTRI DELLA COMUNICAZIONE. LA SINTATTICA

4 - I REGISTRI DELLA COMUNICAZIONE. LA SEMANTICA

5 - I REGISTRI DELLA COMUNICAZIONE. LA PRAGMATICA

6 - GLI ASSIOMI DELLA PRAGMATICA DELLA COMUNICAZIONE

7 - LE PATOLOGIE DELLA COMUNICAZIONE PRAGMATICA

8 - ASSIOMI E SOCIAL MEDIA

9 - INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE: CONCETTI CHE NECESSITANO DI ESSERE CHIARITI

10 - COMPLESSITA' SOCIALE

11 - MICRO-MACRO LINK

12 - LE TEORIE DI LUHMANN E HABERMAS: PROPOSTA ERMENEUTICA

13 - SFERA PUBBLICA E MEDIA

14 - OPINIONE PUBBLICA E MEDIA

15 - LA MODERNITA' PER W. BENJAMIN

16 - LA MODERNITA': BENJAMIN E SIMMEL A CONFRONTO

17 - L'APPROCCIO AI MEDIA DI M. MCLUHAN

18 - I LEGAMI SOCIALI E LA COMUNICAZIONE

19 - IL CONCETTO DI PATCHWORK MEDIALE

20 - PATCHWORK E INFORMATION DIVIDE. IL RACCONTO DI NEWS-ITALIA

21 - MEDIA MAINSTREAM E MEDIA NON MAINSTREAM: IL CASO DEI TALK SHOW

22 - LA RICERCA SUI TALK SHOW IN ITALIA. LO SPETTATORE CONTEMPORANEO

23 - CULTURA E MEDIA E CONSUMI CULTURALI

24 - IL PATRIMONIO CULTURALE E I SUOI FRUITORI

25 - L'INFORMAZIONE CULTURALE E MUSEALE IN ITALIA. COME SI COMUNICANO I MUSEI

26 - LA COMUNICAZIONE DI MASSA

27 - LA NASCITA DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

28 - LA TEORIA IPODERMICA

29 - L'APPROCCIO "DELLA PERSUASIONE"

30 - L'APPROCCIO "DEGLI EFFETTI LIMITATI"

31 - IL FUNZIONALISMO E L'APPROCCIO "USI E GRATIFICAZIONI"

32 - TEORIA CRITICA E TEORIA CULTUROLOGICA

33 - I CULTURAL STUDIES

34 - LE TEORIE COMUNICATIVE

35 - LA SPIRALE DEL SILENZIO

36 - LA TEORIA DELLA COLTIVAZIONE

37 - LA TEORIA DELL' AGENDA SETTING

38 - LIMITI E INTEGRAZIONI DELL' AGENDA SETTING

39 - IL NEWSMAKING

40 - LA RETE: ORIGINI E FASI DI SVILUPPO

41 - LA DIMENSIONE MACRO DELLA RETE: LA TEORIA DELLA NETWORK SOCIETY

42 - LA DIMENSIONE MACRO DELLA RETE: LAVORO E POTERE

43 - LA DIMENSIONE MICRO DELLA RETE: RELAZIONI E VITA QUOTIDIANA

44 - LA RETE E IL CAPITALE SOCIALE

45 - GLI USI SOCIALI DEL WEB

46 - PROBLEMI APERTI E QUESTIONI ETICHE DELLA RETE

47 - I DIVARI DIGITALI

48 - IL DIGITALE IN ITALIA

49 - I NUOVI LINGUAGGI DELLA TELEVISIONE

50 - LA RADIO NELL'ERA DIGITALE

51 - MEDIA E MINORI

52 - GENERAZIONI ALWAYS ON

53 - PROMUOVERE LE COMPETENZE DIGITALI DEI MINORI

54 - GIORNALISMO E MEDIA DIGITALI

55 - IL CITIZEN JOURNALISM

56 - IL BRAND JOURNALISM

57 - L'HATE SPEECH

58 - CAPIRE LA CULTURA ONLINE

59 - SOCIOLOGIA DIGITALE

60 - IL METODO DELLA NETNOGRAFIA

61 - PIANIFICAZIONE E INGRESSO

62 - IL CAMPO D'INDAGINE

63 - RACCOLTA DATI

64 - L'ANALISI DEI DATI

65 - CASO DI STUDIO

66 - GLOBALIZZAZIONE E GLOCALIZZAZIONE. VERSO UN'ANALISI DEL CONTESTO

67 - LA SOCIETA' DIGITALE: CARATTERISTICHE POSTMODERNE

68 - DIGITALIZZAZIONE: IL LINGUAGGIO DEI NUOVI MEDIA. PRESUPPOSTI PER LA RICERCA

69 - FARE RICERCA: LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

70 - IL PERCORSO DELLA RICERCA: UNA STRATEGIA DI AZIONE

71 - VERSO UN'EPISTEMOLOGIA DEL DIGITALE

72 - FORME E PROFESSIONI DELLA RICERCA NELLA SOCIETA' DIGITALE

Il docente si riserva il diritto di modificare i titoli delle lezioni