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