**Metodi e strumenti per la “media research”**

Prof. Chiara Giaccardi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone, a partire dal riconoscimento della circolarità tra teoria e ricerca empirica nel campo dei media, di fornire una serie elementi e strumenti metodologici per condurre le attività di ricerca nel campo dei media e della comunicazione. Lo scopo è dunque sia favorire una comprensione del funzionamento del sistema dei media nel contesto social, sia promuovere una capacità di comprensione applicata che consenta di ideare, organizzare e svolgere un progetto di ricerca empirica. Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà in grado di stendere e realizzare un progetto di ricerca, scegliendo la metodologia più adatta rispetto all’oggetto e alle finalità dell’indagine.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso ripercorre nella prima parte alcuni passaggi cruciali degli studi sui media alla luce delle ricerche e degli strumenti metodologici che hanno contribuito al mutamento dei paradigmi teorici. Nella seconda vengono presentati, grazie all'intervento di esperti, casi studio di particolare interesse rispetto ad ambiti e questioni cruciali oggi (tra gli altri: la ricerca sull'audience, il ruolo dei big data, la costruzione della *brand* *reputation* attraverso i *social* *media*).

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

G. Losito, *La ricerca sociale sui media,* Carocci, Roma, 2009 (cap. 5, cap. 6 e cap. 7). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/losito-gianni/la-ricerca-sociale-sui-media-9788843047710-174494.html)

R. Stella (et al.), Sociologia *dei new media*, UTET 2018, cap. 4, cap. 7 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/renato-stella-claudio-riva-cosimo-marco-scarcelli/sociologia-dei-new-media-9788860085474-552042.html)

Slides del corso.

C. Giaccardi (ED.), *Abitanti della rete,* Milano, Vita e Pensiero, 2010 (Rapporto di ricerca, pp. 133-183).  [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/chiara-giaccardi/abitanti-della-rete-9788834319529-141306.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede lezioni frontali (registrate o in streaming, in caso di accesso alle aule ridotto o precluso) con supporto di materiali multimediali; l’intervento di esperti professionisti della ricerca sulla comunicazione che illustrano case studies per fornire agli studenti esempi concreti di metodologie in azione.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Gli studenti sono invitati alla partecipazione attivo nella didattica del corso, interagendo con gli ospiti che presentano i casi studio e utilizzando le possibilità interattive delle piattaforme.

Le competenze acquisite durante il corso verranno valutate con un esame scritto.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

La frequenza al corso non è obbligatoria, ma consigliata.

Gli studenti possono trovare all’indirizzo *http://docenti.unicatt.it/ita/chiara\_giaccardi/* e su blackboard il materiale didattico e le slides delle lezioni. È possibile contattare la Prof. Giaccardi all’indirizzo di posta elettronica chiara.giaccardi@unicatt.it*.*

Lo studente dovrà possedere conoscenze di base in relazione alle principali teorie dei media.

**COVID-19**

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “da remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

*orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Chiara Giaccardi riceve presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo, via S. Agnese 2, quarto piano; l'orario cambia tra il primo e il secondo semestre ed è comunicato sulla pagina docenti, insieme alle eventuali variazioni.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)