# Metodi di ricerca sulla produzione e il consumo mediali

## Prof. Anna Sfardini

***obiettivo del corso E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di affrontare il campo dell’industria mediale nella prospettiva della ricerca empirica, individuando i percorsi di analisi, le prospettive metodologiche e gli strumenti di indagine più adeguati ai diversi processi di produzione, circolazione e consumo mediale che saranno presi in esame. Al termine dell’insegnamento lo studente sarà in grado di individuare un oggetto di ricerca all’interno del circuito della produzione e del consumo audiovisivo, definire le domande di indagine più opportune, costruire e sviluppare un disegno di ricerca adeguato a rispondere alle domande sollevate, mettere a punto gli strumenti di rilevazione dei dati (come griglie di analisi desk, questionari, tracce di interviste). Le competenze apprese saranno funzionali anche all’organizzazione e stesura di un elaborato o report di ricerca.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso sarà strutturato coinvolgendo gli studenti nella definizione e realizzazione di linee di ricerca, da svolgere in *team* e sulla base di concreti *brief* proposti grazie al coinvolgimento di ospiti provenienti dal settore dell’industria mediale che svolgeranno il ruolo di committenti della ricerca. Le tematiche affrontante riguarderanno alcuni aspetti specifici che interessano ambiti diversi della filiera del settore audiovisivo contemporaneo e che richiedono, dunque, approcci e costruzione di percorsi di indagine differenti come, ad esempio, l’utilizzo degli archivi audiovisivi, la rappresentazione mediale dei territori italiani, l’analisi dei consumi culturali e mediali delle audiences digitali.

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

AA.VV., *Comunicazione, media, turismo. Lo sviluppo di notorietà e attrattività delle destinazioni turistiche italiane*, CeRTA, Cattolica per il turismo, Publitalia 80, 2021: <https://centridiricerca.unicatt.it/certa-2021-comunicazione-media-e-turismo>

S. Bentivegna-G. Boccia Artieri *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale,* Laterza, Roma-Bari, 2019. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/sara-bentivegna-giovanni-boccia-artieri/le-teorie-delle-comunicazioni-di-massa-e-la-sfida-digitale-9788859300502-559060.html)

M. Cucco-F. Di Chiara (a cura di), *I media industry studies in Italia: nuove prospettive sul passato e sul presente dell’industria cine-televisiva italiana*, “Schermi”, vol. 3, no. 5, 2019: <https://www.academia.edu/40448781/I_media_industry_studies_in_Italia_nuove_prospettive_sul_passato_e_sul_presente_dell_industria_cine_televisiva_italiana>

Durante il corso saranno forniti, attraverso la piattaforma Blackboard, ulteriore materiale di approfondimento e letture che completeranno la bibliografia di riferimento del corso.

***didattica del corso***

Il corso si svolge attraverso lezioni frontali e lavori di ricerca da svolgere in gruppi. La frequenza delle lezioni è pertanto fortemente consigliata.

Appunti delle lezioni, ulteriori letture e materiali presentati durante il corso saranno forniti tramite la piattaforma *Blackboard*.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame si svolge in forma orale attraverso un colloquio finalizzato a verificare l’apprendimento e la capacità di applicazione dei metodi e delle tecniche di ricerca studiati: gli argomenti affrontati nel colloquio riguarderanno i testi proposti in bibliografia e la presentazione da parte dello studente di un disegno di ricerca su un oggetto di analisi precedentemente concordato con la docente. La partecipazione ai lavori di gruppo in aula sarà valutata come prova sostitutiva al disegno di ricerca.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone interesse per l’analisi della comunicazione mediale e per la ricerca nel campo degli audiovisivi.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Anna Sfardini riceve gli studenti per appuntamento concordato via e-mail *(anna.sfardini@unicatt.it*), presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo, sede di S.Agnese o da remoto, tramite piattaforma Teams.

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