# Sociologia dei media digitali

## Prof. Piermarco Aroldi

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

Il corso intende fornire le prospettive teoriche, gli strumenti concettuali e gli approcci di ricerca utili a una comprensione critica dell’evoluzione dei fenomeni connessi alla diffusione delle tecnologie della comunicazione digitale e di rete, tanto nel sistema dei media, quanto nei diversi contesti di vita. Particolare attenzione sarà dedicata ai fenomeni macro e microsociali che caratterizzano i processi di socializzazione e di riproduzione culturale connessi ai media digitali, e allo sviluppo delle pratiche e delle politiche della Media Education come strategie di intervento formativo in tale ambito.

Conoscenza e comprensione

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

* conoscere i principali approcci teorici ai media digitali;
* comprendere le principali categorie che articolano il dibattito scientifico sul ruolo dei media digitali nell’attuale contesto sociale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

– orientarsi all’interno dei principali filoni della ricerca sociologica applicata al sistema dei media digitali e allo sviluppo delle tecnologie di rete;

– ricercare e utilizzare i dati della ricerca sociologica al fine di orientare la progettazione di percorsi di apprendimento, formazione e educazione finalizzati all'uso critico e consapevole delle tecnologie della comunicazione e alla produzione creativa, espressiva e partecipativa di testi e/o di ambienti mediali;

– valutare criticamente prodotti culturali, piattaforme online, applicazioni, strategie comunicative, discorsi sociali, progetti formativi e politiche di intervento nell’ambito dei media digitali che implicano una prospettiva educativa o formativa;

– connettere e integrare i saperi di ordine sociologico con quelli offerti dalle altre discipline che alimentano la riflessione teorica e la pratica operativa della Media Education.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola su otto moduli, quattro per ciascuno dei due semestri.

Il primo semestre del corso è dedicato a impostare la riflessione sul rapporto tra società e media digitali nella tarda modernità alla luce della tradizione dei media studies e degli studi sull’innovazione tecnologica e il mutamento sociale; saranno affrontati sia temi a carattere strutturale e macrosociale (la mediatizzazione della società, l’avvento della network society, i vari tipi di digital divide), sia aspetti microsociologici (l’interazione sociale e la produzione identitaria online, le forme culturali e simboliche che alimentano tali processi).

Nel secondo semestre il corso sviluppa e approfondisce queste tematiche attraverso l'analisi di alcuni ambiti del sistema dei media digitali e delle loro audience particolarmente rilevanti in una prospettiva educativa, con speciale attenzione ai più giovani e al contesto familiare.

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

R. Stella-C. Riva-C.M. Scarcelli-M. Drusian, *Sociologia dei New Media,* UTET, 2018. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/renato-stella-claudio-riva-cosimo-marco-scarcelli/sociologia-dei-new-media-9788860085474-552042.html)

D. Buckingham, *Un manifesto per la Media Education,* Mondadori Università, 2020. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/buckingham/un-manifesto-per-la-media-education-9788861848061-686408.html)

Un voume a scelta tra i seguenti:

E. Bissaca, M. Cerulo, C. M. Scarcelli, *Giovani e social network. Emozioni, costruzione dell’identità, media digitali*, Carocci, Milano, 2020.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/massimo-cerulo-elena-bissaca-cosimo-marco-scarcelli/giovani-e-social-network-emozioni-costruzione-dellidentita-media-digitali-9788829001798-691917.html)

F Colombo, *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile,* Vita e Pensiero, 2020.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/fausto-colombo/ecologia-dei-media-manifesto-per-una-comunicazione-gentile-9788834341063-683174.html)

P. Aroldi (a cura di), *Piccolo schermo. Che cos’è e come funziona la Children’s Television,* Guerini, 2015. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/piccolo-schermo-che-cose-e-come-funziona-la-childrens-television-9788862505963-231854.html)

Le letture di approfondimento, i materiali delle lezioni – resi disponibili in Blackboard – e le attività svolte durante il corso sono parte integrante del programma d’esame, come descritto nel syllabus pubblicato online, cui si rimanda per una descrizione dettagliata dell’articolazione dei singoli moduli del corso.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso è erogato in modalità blended, 50% in presenza e 50% online, e prevede l’alternanza di lezioni in aula, videolezioni registrate fruibili online, attività da svolgere individualmente e in gruppo. In presenza è richiesta la disponibilità a discutere i principali concetti teorici, ad applicare le categorie interpretative proposte alla propria esperienza personale e professionale, e di presentare i propri elaborati per la discussione comune; a distanza è richiesto di consultare le videolezioni e le letture di approfondimento, analizzare i casi di studio indicati, partecipare ai webinar periodici di feedback e troubleshooting e alle attività del forum, produrre gli assignment indicati.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione delle conoscenze e delle competenze acquisite dagli studenti è distribuita lungo l’intero corso e comprende le attività sviluppate dallo studente (due assignment, uno per semestre), una prova scritta intermedia di ordine teorico sulla prima parte del corso (nei mesi di gennaio e febbraio), un compito autentico (al termine del corso, finalizzato a una delle tre figure professionali) e un colloquio conclusivo sull’intero percorso didattico. Tutti i materiali prodotti per la valutazione resteranno documentati nel portfolio degli studenti. Le modalità di svolgimento, la tipologia e la calendarizzazione delle prove saranno rese note sulla pagina Blackborad del corso.

Il peso e la funzione dei singoli elementi di valutazione sono i seguenti:

Prova scritta intermedia, finalizzata alla valutazione della conoscenza delle principali categorie teoriche: 30%.

Assignment (uno per semestre, alla fine del II e del VI modulo), finalizzati a valutare la capacità di applicazione delle categorie teoriche a singoli casi di studio: 5% + 5%.

Compito autentico (da svolgere e consegnare prima dell’appello cui si intende sostenere il colloquio), finalizzato alla valutazione della capacità di applicare conoscenza e comprensione maturate nel corso dell’anno alle diverse figure professionali della Media Education: 30%.

Colloquio conclusivo, finalizzato a valutare le capacità metariflessiva degli studenti rispetto al proprio percorso formativo e all’integrazione dei saperi disciplinari appresi rispetto a quelli maturati nelle altre discipline del CdS: 30%.

Il voto finale è espresso in trentesimi.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti; tuttavia la conoscenza previa delle principali teorie dei media potrà facilitare la comprensione di alcuni concetti. Indicazioni bibliografiche in merito sono fornite nel syllabus del corso pubblicato online.

*Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione a distanza dell’insegnamento con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti*

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Piermarco Aroldi riceve gli studenti previo appuntamento via mail il venerdì mattina alle ore 10,30 presso OssCom – Centro di ricerca sui media e la comunicazione (scala E piano ammezzato) e online secondo le modalità indicate sulla pagina Blackboard del corso.

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