



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Cultural Research: Methodology and Techniques

2627-2-E4002N019

Obiettivi formativi

Conoscenza e capacità di comprensione

L'insegnamento si propone di fornire agli studenti un insieme coerente di categorie teoriche e strumenti concettuali per comprendere i processi comunicativi e culturali nella società contemporanea, con particolare attenzione al ruolo dei media nella produzione, circolazione e ricezione dei contenuti simbolici. Il corso prende in esame le principali trasformazioni dell'ecosistema mediale, dalla comunicazione di massa ai media digitali, fino alla centralità delle piattaforme e degli algoritmi nei processi di visibilità, selezione e trasmissione culturale. Il percorso didattico introduce i principali approcci sociologici allo studio della comunicazione e della cultura, ricostruendone le genealogie teoriche e mettendoli in relazione con ambiti centrali dell'analisi mediale contemporanea, quali la popular culture, le industrie culturali e creative, le pratiche dei pubblici, la cultura partecipativa, la "piattaformizzazione" della produzione culturale e le forme emergenti di mediazione algoritmica.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Il corso è orientato allo studio della comunicazione come processo sociale situato, inscritto nella dialettica tra produzione e ricezione culturale e articolato attraverso diverse forme di espressione artistica e mediale. In questa prospettiva, le opere, i testi e le pratiche comunicative vengono considerati all'interno delle relazioni tra autori, istituzioni, industrie culturali e pubblici, nonché dei dispositivi tecnici e delle condizioni sociali che ne orientano la produzione, la circolazione e l'interpretazione. Al termine dell'insegnamento, gli studenti saranno in grado di collocare i fenomeni comunicativi entro quadri teorici appropriati e di applicare categorie sociologiche all'analisi di casi relativi alla produzione e alla ricezione culturale.

Autonomia di giudizio

Il corso mira a sviluppare capacità di giudizio autonomo nell'interpretazione delle trasformazioni dei media e delle culture digitali, promuovendo un approccio critico e consapevole ai fenomeni comunicativi e ai testi mediali.

Abilità comunicative

L'insegnamento intende rafforzare le competenze argomentative e le abilità espositive degli studenti, favorendo la capacità di presentare in modo chiaro e coerente analisi teoriche e interpretazioni sociologiche dei fenomeni culturali e comunicativi.

Capacità di apprendimento

Il corso favorisce un rapporto critico e consapevole con la letteratura scientifica nel campo della sociologia della comunicazione, dei media e della cultura, sviluppando negli studenti le competenze necessarie per proseguire in modo autonomo lo studio e l'approfondimento dei temi affrontati.

Contenuti sintetici

La prima parte introduce i principali fondamenti teorici della sociologia della comunicazione e dei media, soffermandosi sul rapporto tra forme simboliche, istituzioni mediali e processi di costruzione del significato. In questa sezione vengono ricostruite le principali tradizioni di ricerca che hanno analizzato la comunicazione, le audience, la popular culture e la produzione artistica come ambiti interconnessi della dialettica tra produzione e ricezione culturale, e come dimensioni centrali della vita sociale.

La seconda parte è dedicata alle trasformazioni dell'ecosistema mediale contemporaneo, con particolare attenzione alla transizione dai media di massa ai media digitali e alla crescente centralità delle piattaforme e degli algoritmi. L'attenzione è rivolta alle loro implicazioni per la produzione culturale, le pratiche di consumo, la visibilità dei contenuti culturali e le forme della partecipazione.

La terza parte si concentra sugli approcci utilizzati per studiare media digitali, piattaforme e pratiche comunicative online, mettendo in luce le specificità analitiche degli ambienti piattformizzati e le modalità attraverso cui le tecnologie mediali riorganizzano le forme della socialità, della circolazione artistico-culturale e della costruzione dei pubblici.

La quarta parte del corso è organizzata in modalità flipped classroom ed è dedicata alla lettura, presentazione e discussione critica di articoli scientifici coerenti con i temi trattati, con l'obiettivo di sviluppare capacità di analisi, argomentazione e confronto con la letteratura di ricerca.

Programma esteso

Parte I. Fondamenti sociologici della comunicazione e dei media. La prima parte del corso introduce i principali quadri teorici utili a comprendere la comunicazione e i media come dimensioni costitutive della vita sociale. Verranno ricostruite le principali tradizioni della sociologia della comunicazione, a partire dai classici della teoria sociale e della Scuola di Chicago, fino alla contrapposizione tra teoria critica e communication research americana. Saranno affrontati i modelli classici della comunicazione, il passaggio dalla concezione trasmissiva a quella rituale, le teorie dell'interazione e della rappresentazione sociale e le teorie dei media come ambienti simbolici. Una particolare attenzione sarà rivolta alla svolta interpretativa, agli studi culturali, agli audience studies e alle analisi della popular culture, nonché alle prospettive sulla produzione culturale e artistica, intesa come processo collettivo di attribuzione di valore e di costruzione sociale dell'opera, dalle teorie dei campi culturali e degli art worlds alla production of culture perspective.

Parte II. Media digitali e piattaforme. La seconda parte del corso è dedicata alle trasformazioni dell'ecosistema mediale contemporaneo, mettendo in relazione le teorie della comunicazione con le configurazioni digitali della produzione e della ricezione culturale. Saranno analizzati il passaggio dal modello broadcast alla comunicazione many-to-many, la network society e le teorie della mediatizzazione, le culture partecipative e i pubblici connessi. Un'attenzione specifica sarà rivolta alla platform society, alla datificazione, alla personalizzazione algoritmica e alle nuove forme di visibilità, selezione e valorizzazione culturale. In questo quadro verranno affrontati anche i processi di automazione della mediazione comunicativa e il ruolo crescente dell'intelligenza artificiale nella produzione,

distribuzione e raccomandazione dei contenuti culturali. La sezione si soffermerà inoltre sulle diseguaglianze mediali, sul lavoro creativo e piattaformaizzato e sulle trasformazioni della popular culture nell'ecosistema digitale.

Parte III. Approcci allo studio dei media digitali, delle piattaforme e della popular culture. La terza parte del corso introduce le principali prospettive utilizzate per studiare media digitali, piattaforme e pratiche culturali online e offline. L'attenzione sarà rivolta alla costruzione dell'oggetto di ricerca nei media studies, al rapporto tra teoria e ricerca empirica e alle unità di analisi tipiche degli studi sulla comunicazione: pratiche, testi, pubblici e contesti. Verranno presentati gli approcci qualitativi allo studio delle pratiche comunicative e culturali, l'analisi dei testi e delle rappresentazioni mediali, gli studi sulla ricezione e le strategie di triangolazione tra produzione, contenuto e audience. Una sezione specifica sarà dedicata all'etnografia digitale, allo studio delle piattaforme, alle tracce culturali online e ai metodi nativi del web, con attenzione alle questioni etiche e ai limiti epistemologici dei dati digitali.

Parte IV. Flipped classroom: paper, discussione e ricerca. L'ultima parte del corso è organizzata in modalità flipped classroom e prevede attività di lettura, presentazione e discussione di articoli scientifici coerenti con i temi trattati. Il lavoro si svolgerà prevalentemente in piccoli gruppi e sarà orientato all'analisi di contributi di ricerca, alla loro esposizione orale e al confronto collettivo in aula. Le attività includono: lettura guidata di testi scientifici, presentazioni strutturate, discussione critica e collegamento tra contributi teorici, casi empirici e questioni relative alla comunicazione contemporanea. Questa parte è pensata per sviluppare capacità critiche, argomentative ed espositive, oltre a favorire una comprensione attiva della letteratura scientifica e delle principali prospettive di ricerca sui media e sulla cultura popolare.

Prerequisiti

Conoscenza base dei metodi della ricerca qualitativa e quantitativa e delle principali teorie e questioni di sociologia generale dei processi culturali

Metodi didattici

Lezione in classe; discussione di testi ed elaborati.
Ore di didattica erogativa (DE): 36; ore di didattica interattiva (DI): 20.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento avverrà attraverso una prova scritta con domande a risposta aperta, da svolgersi in 60 minuti, relative ai testi di riferimento e agli argomenti trattati durante il corso. Le domande richiedono agli studenti di esporre in modo argomentato concetti teorici, autori, modelli interpretativi e trasformazioni dell'ecosistema mediale contemporaneo. Attraverso la prova scritta vengono valutate la comprensione dei principali concetti e approcci teorici della sociologia della comunicazione e dei media; la capacità di applicare categorie concettuali all'analisi dei fenomeni comunicativi contemporanei; l'autonomia di giudizio nell'interpretazione delle trasformazioni dei media digitali; la chiarezza espositiva e la correttezza del linguaggio disciplinare.

La valutazione tiene conto della pertinenza e completezza delle risposte, della capacità di collegamento tra concetti e autori, della coerenza argomentativa e dell'uso appropriato del lessico sociologico.

Testi di riferimento

Manuali:

- Sorice, M. (2025). *Sociologia dei media. Un'introduzione critica*, Carocci.
- L. Heinich (2004). *La sociologia dell'arte*, Il Mulino

Articoli:

- Griswold, W. (1987). The Fabrication of Meaning: Literary Interpretation in the United States, Great Britain, and the West Indies, in «American Journal of Sociology», 92(5).
- Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies, in «American Sociological Review», 51(2).
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity, in «New Media & Society», 20(11).
- Seaver, N. (2017). Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems, in «Big Data & Society», 4(2).
- Forberg, P., Schilt, K. (2023). What is ethnographic about digital ethnography? A sociological perspective, in «Frontiers in Sociology».
- Chu, W. et al. (2025). Exploring the impacts of generative AI on artistic innovation routines, «Technovation», 143.

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ
