



### I SUONI ED IL RUMORE NELL'ERA DEI BIG DATA

<b>Anno immatricolazione</b>	2016/2017
<b>Anno offerta</b>	2018/2019
<b>Normativa</b>	DM270
<b>SSD</b>	SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)
<b>Dipartimento</b>	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
<b>Corso di studio</b>	COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ
<b>Curriculum</b>	PERCORSO COMUNE
<b>Anno di corso</b>	3°
<b>Periodo didattico</b>	Primo Semestre (01/10/2018 - 14/12/2018)
<b>Crediti</b>	6
<b>Ore</b>	36 ore di attività frontale
<b>Lingua insegnamento</b>	Italiano
<b>Tipo esame</b>	ORALE
<b>Docente</b>	COSTA PAOLO (titolare) - 6 CFU
<b>Prerequisiti</b>	Non sono richieste particolari competenze tecniche, ma la familiarità con Microsoft Excel può aiutare. In tal senso si suggerisce agli studenti meno esperti di prepararsi preliminarmente attraverso una delle diverse opportunità di formazione online (es.: Coursera, Udemy, .) oppure sfruttando gli innumerevoli tutorial disponibili su YouTube.
<b>Obiettivi formativi</b>	Obiettivo dell'insegnamento è favorire la riflessione sulle implicazioni tecniche, socio-politiche, culturali ed etiche del paradigma dei big data, ovvero le grandi aggregazioni di dati che fluiscono in tempo reale da molteplici fonti e accompagnano la vita sociale in tutti i suoi ambiti.
<b>Programma e contenuti</b>	Il corso è articolato in due parti: una introduttiva e una di approfondimento. La parte introduttiva (6 lezioni, per un totale di 12 ore) esplora la natura del fenomeno e le sue radici storiche, evidenziando i fattori che ne

determinano la pervasività. In particolare sono presi in considerazione quattro domini applicativi nei quali il paradigma dei big data sta abilitando i cambiamenti più significativi:

- Informazione e giornalismo
- Marketing e pubblicità
- Finanza
- Bioinformatica, medicina e farmaceutica

La parte di approfondimento (12 lezioni, per un totale di 24 ore) si organizza intorno all'ambito tematico specifico dell'informazione online. Saranno analizzati e discussi:

- l'influenza dei grandi filtri (Google e Facebook) nella formazione dell'opinione pubblica
- le basi tecniche delle cosiddette "fake news" e i principali esempi di canali di disinformazione
- l'evoluzione delle tecnologie per la produzione automatica di notizie
- la pratica e gli strumenti del cosiddetto "data journalism"

#### Metodi didattici

Il corso è organizzato alternando lezioni frontali ed esercitazioni, con l'obiettivo di familiarizzare con strumenti di fact checking, data scraping e data visualisation.

#### Testi di riferimento

- 1) Dominique Cardon, *À quoi revent les algorithmes*, Parigi, Seuil, 2015 (trad. it. *Che cosa sognano gli algoritmi. Le nostre vite al tempo dei big data*, Milano, Mondadori, 2016)
- 2) Eli Parisier, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, New York, Penguin, 2011 (trad. it. *Il filtro. Quello che internet ci nasconde*, Milano, Il Saggiatore, 2012)
- 3) Executive Office of the President, *Big Data: Seizing Opportunities, Preserving Values*, The White House, 2014
- 4) John Mair, Richard Lance Keebe (a cura di), *Data Journalism: Mapping the Future*, Bury St Edmunds, Abramis, 2014
- 5) Amit Datta, Michael Carl Tschantz, Anupam Datta, *Automated Experiments on Ad Privacy Settings*, in "Proceedings on Privacy Enhancing Technologies 2015", 2015 (1), 92–112
- 6) Frank Pasquale, *The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Harvard, Harvard University Press, 2015

#### Modalità verifica apprendimento

L'esame finale consisterà in un colloquio orale e riguarderà tutti i contenuti del corso.

#### Altre informazioni

#### Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile

[\\$|bl|\\_legenda\\_sviluppo\\_sostenibile](#)