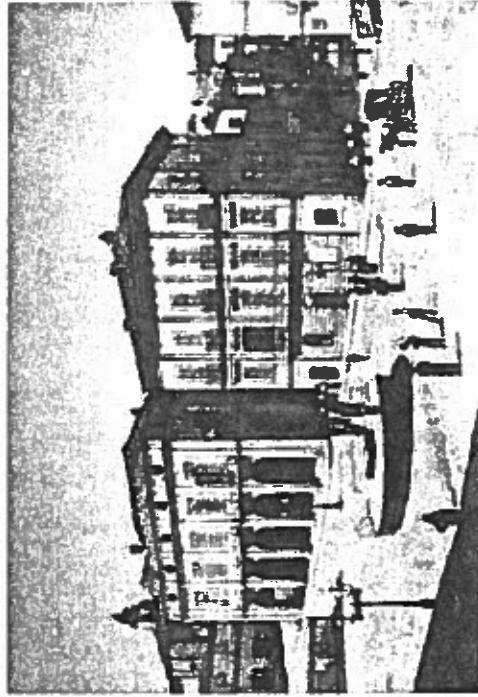


VORLI INCORSO

nsuelo Diodati

Robert

IMPARARE A FARE RICERCA SOCIALE



*Percorsi e strumenti per
progettare la tesi di laurea*

*a cura di
Everardo Minardi*

Consuelo Diodati

Roberto Veraldi



LAVORI IN CORSO

*Comitato Redazionale: Chiara Cantù, Mimmo Carrieri, Rossella Di Federico, Gabriele Di Francesco,
Consuelo Diodati, Pierfranco Malizia, Everardo Minardi (coordinatore), Salvatore Rizza, Daniele Unge-
ro, Agnese Vardanega, Angela Maria Zocchi*

Redattore: Roberto Veraldi

IMPARARE A FARE RICERCA SOCIALE

**Percorsi e strumenti per progettare
e realizzare la tesi di laurea**

a cura di
Everardo Minardi

Finito di stampare nel mese di luglio 2002
a cura di Homeless Book - Faenza

INDICE

Prefazioni	pag.	7
Dalla didattica..., di <i>Francesco Zaccaria</i>	»	7
... alla ricerca, di <i>Maria Luisa Bassi</i>	»	9
Introduzione, di <i>Everardo Minardi</i>	»	11
1. Come si progetta una tesi di laurea in materie sociologiche	»	17
2. Le fonti della ricerca bibliografica e documentaria per il lavoro di tesi	»	23
3. Come affrontare la ricerca bibliografica e la schedatura dei libri	»	25
(4) Come si fa una ricerca bibliografica mirata anche attraverso l'accesso al SBN e ad altre banche dati	»	29
5. Come si formulano le ipotesi di ricerca, come si sceglie la metodologia e si definiscono le ipotesi di ricerca	»	45
6. Come si scrive una tesi di laurea: gli aspetti linguistici e formali	»	55
(7) Come si utilizzano i dati dei siti Internet	»	65
(8) Come si discute una tesi in seduta di laurea	»	69
(9) Come si valorizza la tesi e la si utilizza per costruire il proprio progetto professionale e lavorativo	»	71
* Appendice	»	85
Bibliografia	»	87

Il volume è stato realizzato con il contributo della Presidenza della Facoltà di Scienze Politiche e della Direzione del Dipartimento Teoria dei sistemi e delle organizzazioni dell'Università di Teramo.

Consuelo Diodati è autrice dei capp. 1, 2, 3, 5, 6

Roberto Veraldi è autore dei capp. 4, 7, 8, 9

... come è indicato nella tabella seguente ...

Esempio:

Tabella 2 - Classi di età

M	F	Campione	Dati nazionali
65-69	12.2	9.0	10.9 35.0
70-74	34.4	34.3	34.1 28.0
75-79	22.9	22.5	22.5 14.0
80+	30.5	34.3	32.5 23.0
Totale	100.0	100.0	100.0 100.0

Fonte: ISTAT, 1994.

8. I grafici, le foto e i disegni

Molte delle annotazioni riportate in relazione alle tabelle (tab.) valgono anche nel caso di grafici (Graf.), figure (Fig.) e fotografie (Fot.)

Ognuna di queste tipologie deve essere numerata a parte. Anche qui, per ciascuna fotografia, figura o grafico si può prevedere un titolo.

9. Le appendici

In appendice vanno posti tutti quei materiali che non si possono inserire nel testo, perché troppo voluminosi o perché non propriamente assimilabili al linguaggio del testo (pur facendone parte in qualità di strumenti utilizzati, ad esempio il questionario o la traccia di intervista di un'indagine empirica).

Eventualmente, qualora sia stata svolta una ricerca empirica, si può costruire una apposita Appendice Metodologica, nella quale inserire tutti i materiali di ricerca (dal campionamento statistico, alle matrici, alla banca dati delle frequenze, etc.).

Ogni appendice deve essere preceduta da un foglio che costituisce la 'legenda' alla lettura della stessa, in esso sarà indicato: il numero progressivo di quella appendice, il suo titolo (Cfr. Appendice 1) ed i contenuti ivi presenti (Cfr. Appendice 1 a. oppure b., c., etc...).

COME SI UTILIZZANO I DATI DEI SITI INTERNET

di Roberto Veraldi

Motori di ricerca

L'avvicinamento ai dati dei siti internet pone una serie di problematiche legate, innanzitutto alla necessità, al momento della tesi, di costruirsi una pur minima conoscenza della utilizzazione di un computer, e, più specificamente, del funzionamento della rete internet.

A tal proposito, un primo elemento di rilievo sono i motori di ricerca. I motori di ricerca sono dei sistemi di archiviazione programmati per la raccolta automatica degli stessi. In tal senso, essi raccolgono automaticamente, attraverso appositi programmi, in grandi archivi, milioni di pagine web.

Essi, inoltre, permettono di individuare al loro interno la comparsa e ripetizione di uno o più termini digitati dal ricercatore nell'apposita maschera (sinonimi: indici web per parola, search engine).

L'ordinamento in base alla rilevanza (relevance ranking) è il sistema usato dal motore per effettuare l'ordinamento dei risultati, spesso in quantità esorbitante: è basato su criteri quantitativi e statistici (es. la frequenza, ovvero il numero delle ripetizioni del termine usato per la ricerca all'interno della singola pagina).

Principali motori di ricerca

Altavista	http://www.altavista.com	www.altavista.com
Google	http://www.google.com	www.google.com
Excite	http://www.excite.com	www.excite.com
Infoseek	http://www.infoseek.com	www.infoseek.com
Lycos		www.lycos.com

Indici web per argomento (directory)

Sono costruiti da personale specializzato che seleziona e indicizza per soggetto le pagine web: presentano una migliore qualità e un minor "rumore" rispetto alle ricerche effettuate con i motori, ma dispongono di archivi più piccoli.

Principali directory:

About.com	www.about.com
Google directory	www.directory.google.com
Yahoo!	www.yahoo.com

Indici web per parola limitati a una disciplina

Applicano la potenza dei motori di ricerca solo a un gruppo di siti dedicati a una particolare disciplina o argomento, indicizzati da personale specializzato.

Principali indici web per parola limitati a una disciplina. Raggiungibili attraverso la Search engine alliance:

www.searchenginealliance.com

Metaindici (unified search engine)

Permettono l'accesso (talvolta anche l'interrogazione, non sempre contemporanea) a indici e repertori primari.

Metaindici in senso stretto: un'unica maschera di ricerca permette l'interrogazione cumulativa di più indici contemporaneamente (es. Infrence Find www.ifind.com)

Multindici: pagine con numerosi form per la ricerca su più indici interrogabili separatamente (es. Web Taxi www.webtaxi.com)

Indici di indici (repertori di indici): liste di link a indici (es. Guida completa ai motori di ricerca www.motoridiricerca.it)

Virtual reference desk (VRD)

Raccogliono, ordinano e talvolta valutano le principali fonti informative e i più utili strumenti di ricerca in rete: presentano una forte selettività delle scelte operate.

Virtual reference desk specializzati: sono relativi a una disciplina o argomento e spesso sconfinano negli indici web per argomento (es. il VRD della Associazione italiana biblioteche su www.aib.it)

Virtual reference desk generali: sono relativi a Internet in generale (es. il VRD dell'Istituto universitario europeo di Fiesole www.iue.it/LIB/external/external.html).

Portali

Presentano una directory orientata alla vita quotidiana, un motore di ricerca proprio o mutuato dai maggiori, svariati servizi. Sono molto usati da utenti poco esperti e si candidano ad essere utilizzati sia per la ricerca di informazioni che per le altre attività effettuabili in rete.

Principali portali italiani:

Kataweb	www.kataweb.it
Virgilio	www.virgilio.it
Supereva	www.supereva.it
Ciaoweb	www.ciaoweb.it

Strategie indicative di ricerca

- Se si desidera solo un primo orientamento: visita a un virtual reference desk specializzato.
- Se si conosce già il tipo di informazioni desiderate: affidarsi a un repertorio specializzato o eventualmente a un virtual reference desk.
- Se si cercano informazioni di ogni tipo su un certo tema: partire da un indice per argomento.
- Se le strategie precedenti sono state inutili: provare ad interrogare un indice per parola (motore di ricerca).
- Se si cerca un'informazione molto specifica (individuabile con una o più parole): provare ad usare subito un indice per parola o un metaindice.

Approccio "archivistico" alla ricerca delle informazioni: provare alla fonte, ovvero all'ente che emana o è interessato ai documenti cercati.