

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA - SPECIALISTICA	Ugo Eccli	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

L'ecosistema mediatico ha subito grandi trasformazioni negli ultimi decenni, trasformazioni che vengono descritte con nuove categorie concettuali, come convergenza, culture partecipative e transmedialità.

L'obiettivo del corso è di fornire allo studente gli strumenti per comprendere questi cambiamenti e più in generale di introdurle allo studio delle principali e le più attuali teorizzazioni di tale dinamica di cambiamento e di sviluppo dei Mass Media.

In molte lezioni verrà analizzato materiale audio-visivo, grafico, fotografico e pubblicitario per comprendere l'evoluzione dei sistemi di comunicazione di massa, in particolare nella comunicazione professionale.

Conoscenza e capacità di comprensione

► Conoscenza delle principali nozioni alla base delle teorie dei Mass Media. Lo studente deve comprendere la terminologia ed essere in grado di leggere e assimilare un testo di teoria dei Media o di Cultural Studies a livello scolastico o di livello divulgativo sull'argomento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

► Saper individuare l'esito e l'azione culturale di un cambiamento tecnologico, soprattutto per quanto attiene al proprio ambito artistico o professionale.

Autonomia di giudizio

► Essere in grado di applicare l'insieme di categorie e le modalità di analisi presentati nel corso a fenomeni mediatici, ancorché nuovi e originali, con una propria autonomia di giudizio.

Abilità comunicative

► Padroneggiare la terminologia tecnica e essere in grado di approcciarsi autonomamente, e con capacità critica, a un fenomeno mediatico.

Capacità d'apprendimento

► Essere in grado di effettuare una ricerca critica nella letteratura e nella pubblicistica sull'argomento.

Essere in grado di approcciare un'analisi teorica di un sistema di comunicazione o in generale di applicare le categorie apprese a nuovi fenomeni mediatici.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE

Lo studente verrà introdotto alle principali metodologie di studio dei Mass Media in modo da permettergli di costruirsi una propria consapevolezza nelle scelte tecniche e artistiche che hanno a che fare con la comunicazione nel contesto commerciale e artistico contemporaneo.

PREREQUISITI RICHIESTI

Conoscenza della lingua italiana o della lingua inglese.

Conoscenza della storia del '900.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO

Verranno presentate le ricerche relative alle teorie dei Media e ai Cultural Studies. Verranno inoltre illustrate le caratteristiche dei diversi mezzi di comunicazione che si sono affermati nella storia degli ultimi due secoli,

al fine di comprendere le dinamiche in atto nelle fasi di affermazione di un nuovo mezzo di comunicazione e le modalità con cui gli altri media sono andati a ridefinire il loro ruolo nell'ecosistema mediatico. Particolare attenzione verrà dedicata in particolare alle teorie di Henry Jenkins, sulla convergenza al digitale e sulla cultura partecipativa. Durante il corso si fornirà l'analisi di prodotti culturali (televisivi, cinematografici, grafici, pubblicitari) in cui si vedranno applicate le teorie esposte.

MODULO	PERIODO	UNITÀ DI PROGRAMMAZIONE
1° MODULO CAPIRE I CAMBIAMENTI TECNOLOGICI PER COMPRENDERE I MASS MEDIA OGGI	NOV. - DIC. ORE 6	1. Introduzione alla Teoria dei Media: significato di medium e media. Storia dei mezzi di comunicazione e dei mezzi di comunicazione di massa: media arcaici, passaggio da oralità a scrittura, ruolo della stampa, mezzi di comunicazione elettronici. Media scomparsi. Sviluppo della cultura di massa negli anni 2000 e 2010: la "curva del dormiglione" secondo Steven Johnson.
	DIC. - GEN. ORE - 6	2. Storia dei mezzi di comunicazione digitale: il World Wide Web e i motori di ricerca. Topologia delle reti. Il modello di comunicazione di Shannon e Weaver.
	GEN. - FEB. ORE - 6	3. Analisi dell'impatto culturale dei nuovi mezzi di comunicazione: culture partecipative, processi Grassroots. Il modello di comunicazione di Roman Jakobson. Culture partecipative e intelligenza collettiva. I nuovi format televisivi.
	FEB. - MAR. ORE - 6	4. Teorie dei media: Scuola di Toronto: Marshall McLuhan. La televisione nel sistema mediatico del '900: paleotelevisione e neotelevisione (U. Eco). La Post-TV. Intelligenza artificiale e post-medialità.
VERIFICHE INTERMEDIE (TEORIA ED ELABORATI)	DAL 13/02/2023 AL 17/02/2023	
PAUSA DIDATTICA TRA 1° E 2° MODULO SEMESTRALE	DAL 17/02/2023 AL 06/03/2023	
2° MODULO	MAR. - APR. ORE - 6	5. Culture partecipative e processi Grassroots. Caratteristiche dell'età del

		digitale: cross-medialità e trans-medialità. Progetto di analisi trans-mediale
	APR. - MAG. ORE - 6	6. Intelligenza artificiale e produzione artistica. Progetto di analisi trans-mediale
	MAG. - GIU. ORE -	7.
	GIU. - LUG. ORE -	8.
VERIFICA FINALE (ELABORATI)	DAL 15/06/2023 AL 21/06/2023	
CHIUSURA 2° MODULO	21/06/2023	

ARGOMENTI

UNITÀ	CONTENUTI
1	<p>6 ORE</p> <p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI:</p> <p>Lezione 1. Significato dei termini medium e media; breve introduzione ai sistemi di comunicazione; mezzi di comunicazione arcaici: tatuaggio, scrittura su pietra o su argilla. Utilizzi attuali della scrittura su pietra. Quali competenze per studiare i mass media? Analisi di un prodotto di successo: la serie Friends.</p> <p>Lezione 2 - 3 Teorie dei media: la Scuola di Toronto e Walter Ong. Oralità e scrittura. Le tre fasi dello sviluppo culturale. Lo sviluppo culturale e mediatico negli ultimi 30 anni: la “curva del dormiglione” secondo Steven Johnson: crescita della complessità dei contenuti nei prodotti della cultura di massa nella serialità televisiva: intrecci, personaggi, ruolo degli indizi.</p> <p>Lezione 3. Storia dei mezzi di comunicazione e dei mezzi di comunicazione di massa: media arcaici, passaggio da oralità a scrittura, ruolo della stampa, mezzi di comunicazione elettronici. Media scomparsi</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Nessuna</p>
2	<p>6 ORE</p> <p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI:</p> <p>Lezione 4. Dai media scomparsi al Cyberpunk: come la narrativa anticipa le tecnologie. Cos'è la Cibernetica. Dal termostato alle reti. Realtà virtuale. Medium e sistemi di delivery. Dal telefono allo Smartphone: registrazione e Big Data. Concetto di informazione. Modello di comunicazione di Shannon e Weaver. Topologia delle reti. Broadcasting vs rete Mesh. Storia dei mezzi di comunicazione digitale: il World Wide Web e i motori di ricerca.</p> <p>Lezione 5. Mass Media e ricerca: Cosa fa un motore di ricerca. Cos'è un OPAC; come si fa una ricerca su Google Scholar; come si redige una bibliografia; come si cita un testo: stili citazionali.</p> <p>Lezione 6.</p>

	<p>Storia dei media digitali: dal computer a Internet ai social media. Com'è fatto un URL. Curva di adozione dell'innovazione (Everett Rogers). Caratteristiche del Web: ipertestualità, rottura del broadcasting, sviluppo del Prosuming. Internet prima di Internet. Ruolo degli utenti: regola dell'1%; comunità on line.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Preparare una piccola bibliografica su argomenti scelti dagli studenti tra tematiche legate al cambiamento tecnologico e mediatico utilizzando le nozioni apprese sui motori di ricerca.</p>
3	<p>6 ORE TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Lezione 7 Le licenze Open Source e Creative Commons. Il modello della comunicazione di Jakobson e i fattori/funzioni della comunicazione. Esempi di errori di comunicazione in pubblicità. Lezione 8 Test. Culture partecipative e processi Grassroots: dai MUS alle BBS, ai forum e ai blog; dalle Fanfiction Novel alle Fun Translation; narrazioni K/S, Fanfiction Slash e Femslash, Crossover Fanfiction. Progetti artistici costruiti "dal basso": Yellow Arrow. Lezione 9 Internet come ambiente informativo. Convergenza di processi e convergenza multimediale. Cultura partecipativa e intelligenza collettiva: il caso Wikipedia. Limiti di Wikipedia: problemi di reliability, <i>Citogenesis</i>, <i>Sockpuppetry</i> e Post-verità. Cultura partecipativa e intelligenza collettiva nei nuovi format televisivi: dai <i>reality</i> alle nuove serialità. Modelli di business basati sulla coda lunga.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Nessuna</p>
4	<p>6 ORE TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Lezione 10 Teorie dei media: ancora sulla Scuola di Toronto: Marshall McLuhan: "Il medium è il messaggio", media caldi e media freddi, il "villaggio globale". Critiche al pensiero di McLuhan. Lezione 11 Umberto Eco: paleotelevisione e neotelevisione. Neotelevisione e Post TV. I <i>reality</i> televisivi come risposta al nuovo potere dello spettatore. I nuovi sistemi di promozione pubblicitaria. Franchise e narrative crossmediali e transmediali. Lezione 12 Siamo in un'epoca post-mediale? Intelligenza artificiale e Post-medialità.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Nessuna.</p>
5	<p>6 ORE TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Lezione 13 Approfondimento e chiarimenti su culture partecipative e processi Grassroots: Lezione 14</p>

	<p>Approfondimento e chiarimenti su caratteristiche dell'età del digitale: cross-medialità e trans-medialità.</p> <p>Lezione 15 Revisione di bozza di progetto di analisi trans-mediale del franchise World of Warcraft. Origini dei giochi di ruolo. Videogame e violenza.</p>
6	<p>6 ORE</p> <p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI:</p> <p>Lezione 16 Chiarimenti su intelligenza artificiale come strumento di produzione artistica.</p> <p>Lezione 17 Seconda revisione di bozza di progetto di analisi trans-mediale.</p> <p>Lezione 18 Conclusioni e chiarimenti sull'esame.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Preparare un prospetto analitico del sistema transmediale integrato di una pubblicazione periodica cartacea contemporanea o di un prodotto comunicativo originale nel qual caso va preparato lo schema di una campagna transmediale.</p>

METODI DIDATTICI

Lezione frontale con presentazione di materiale multimediale attinente allo sviluppo argomentativo del corso.

BIBLIOGRAFIA

Per l'esame vanno preparati tutti questi testi:

- Steven Johnson, *Tutto quello che fa male ti fa bene. Perché la televisione, i videogiochi e il cinema ci rendono più intelligenti*, Mondadori, 2006 (ed. orig. 2005), pp. 57-120.
- "Il medium è il messaggio", da Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore 2011, pp. 25-40.
- Da Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, La nave di Teseo, 2018, i due articoli *Fenomenologia di Mike Bongiorno* e *TV: la trasparenza perduta*.
- Da Mario Ricciardi, *La comunicazione. Maestri e paradigmi*, Laterza, 2010, il sottocapitolo su Walter Ong, pp. 16-23.
- Da Roman Jakobson, *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, articolo "Linguistica e poetica", in particolare le pp. 184-193.
- Da Valentina Pisanty e Alessandro Zijno, *Semiotica*, Ed. McGraw-Hill, 2009, il Capitolo 1, "Comunicazione", pp. 1-18.
- Wu Ming, "Prefazione" a Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007. URL: <https://www.wumingfoundation.com/italiano/outtakes/culturaconvergente.htm>, data ultima consultazione: 24/01/2022.
- Federico Boni, *Teorie dei media*, Il Mulino, 2006, Capitolo 1, pp. 13-42.

Per l'esame va inoltre preparato almeno un testo tra i seguenti:

- Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007.
- Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, 2013.

- Alessandro Alfieri. *Galassia Netflix. L'estetica, i personaggi e i temi della nuova serialità*, Ed. Villaggio Maori, 2020.
- Ruggero Eugeni, *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*, La Scuola, 2015.

Testi di approfondimento

- Steven Johnson, *Tutto quello che fa male ti fa bene. Perché la televisione, i videogiochi e il cinema ci rendono intelligenti*, Mondadori, 2006.
- Umberto Eco, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani, 1964.
- Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, La nave di Teseo, 2018.
- Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, 2013.
- Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007.
- Jay David Bolter, Richard Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, 2005.
- Jay David Bolter, *Digital Plenitude. Il declino delle culture di élite e l'ascesa dei media digitali*, Minimum Fax, 2020.
- Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore 2011.
- Marshall McLuhan, *Il medium è il messaggio*, Corraini Edizioni, 2011.
- Mario Ricciardi, *La comunicazione. Maestri e paradigmi*, Laterza, 2010.
- Alessandro Alfieri. *Galassia Netflix. L'estetica, i personaggi e i temi della nuova serialità*, Ed. Villaggio Maori, 2020.
- Ruggero Eugeni, *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*, La Scuola, 2015.
- Luciano Floridi, Federico Cabitza, *L'intelligenza artificiale. L'uso delle nuove macchine*, Bompiani, 2021.
- George Lakoff, *Non pensare all'elefante!*, Fusi orari, Roma 2006.

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEI CREDITI

METODO DIDATTICO	1° MODULO - ORE DI ATTIVITÀ SVOLTE IN PRESENZA	1° MODULO - ORE DI STUDIO AUTONOMO	2° MODULO - ORE DI ATTIVITÀ SVOLTE IN PRESENZA	2° MODULO - ORE DI STUDIO AUTONOMO
LEZIONE	22	70	8	26
ESERCITAZIONE	0			
ATTIVITÀ DI PROGETTO / RICERCA	2	6	4	12
TOTALE (*)	24	76	12	38

Lezione: ha la finalità di trasmettere i concetti teorici e pratici previsti nel programma dell'insegnamento funzionali al raggiungimento dei risultati di apprendimento attesi

Esercitazione: ha la finalità di applicare, attraverso esercizi guidati dal Docente, i concetti acquisiti;

Attività di progetto / ricerca: ha la finalità di affinare le competenze e le abilità acquisite. Si basa su temi progettuali e di ricerca assegnati dal docente e prevede, in tutto o in parte, uno sviluppo autonomo da parte dello studente.

(*) Il totale delle ore deve corrispondere a 25 x n. CFA previsti per la disciplina.

TEMI DI APPROFONDIMENTO OGGETTO DEI LAVORI DI RICERCA E DEGLI ELABORATI

Descrizione dei temi di approfondimento oggetto dei lavori di ricerca e degli elaborati grafici assegnati, specificando quali sono richiesti per il 1° modulo e quali per il 2° modulo:

Primo modulo

Preparazione di una piccola bibliografia, utilizzando le nozioni apprese sui motori di ricerca e sul sistema citazionale, su argomenti scelti dagli studenti da un elenco di tematiche legate al cambiamento tecnologico e mediatico. (6 ore).

Secondo modulo

Preparazione di un prospetto analitico del sistema transmediale integrato di una pubblicazione periodica cartacea contemporanea o di un prodotto comunicativo originale, nel qual caso va preparato lo schema di una campagna transmediale. (12 ore).

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DEL MATERIALE RICHIESTO ALL'ESAME

I progetti elaborati e le ricerche devono essere presentati entro le scadenze annunciate a lezione e comunque entro una settimana prima degli esami sul punto di caricamento sulla piattaforma Moodle. Devono inoltre essere impaginate e stampate e in seguito essere presentati all'esame.