

Digital School

eCAMPUS UNIVERSITÀ

MASTER DIGITAL GRAPHIC DESIGN

INSEGNAMENTO: Linguaggi dei nuovi media

DOCENTE: Santangelo Antonio

Cfu: 9

Indirizzo e-mail: antonio.santangelo@uniecampus.it

SI RICORDA AGLI STUDENTI CHE IN BASE ALLA COMUNICAZIONE DI SEGRETERIA DEL 12/12/2013, I DOCENTI SONO CONTATTABILI ATTRAVERSO IL SISTEMA DI MESSAGGISTICA DELLA PIATTAFORMA.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

Il corso parte dall'idea che dopo la comparsa di Internet e la sua repentina affermazione, molti dei cosiddetti "vecchi media", come la televisione, la radio, la stampa, il cinema o i videogiochi si sono ammodernati, trasformandosi a loro volta in qualcosa di nuovo. Oggi si può dire che quasi tutti i mezzi di comunicazione, a modo loro, sono "nuovi media". Sulla base dell'affermazione appena avanzata, vengono dunque individuate e analizzate quelle forme di testualità che, nel contesto mediatico contemporaneo, ci appaiono come nuove, pur essendo catalogabili – forse un po' semplicisticamente – come programmi televisivi o radiofonici, film, giornali, riviste, giochi o videogiochi, siti web, eccetera. Le lezioni si pongono dunque l'obiettivo di far conseguire allo studente i seguenti risultati formativi.

1. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione: a. riflettere sul linguaggio che viene utilizzato al giorno d'oggi per comunicare attraverso i cosiddetti "nuovi media", al fine di comprendere come sono fatti i contenuti che circolano nei nuovi contesti mediati, che tipo di esperienze propongono ai loro destinatari e che significato rivestono, sia per chi li produce e li distribuisce, sia per chi li riceve ed è chiamato a interpretarli; b. conoscere le principali teorie elaborate nell'ambito dei media studies (semiotiche, sociologiche, estetiche, antropologiche), per descrivere le nuove 2 forme di testualità che circolano sui mezzi di comunicazione contemporanei e le pratiche comunicative in cui esse ci coinvolgono.
2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate: a. riconoscere i contenuti dei mezzi di comunicazione contemporanei che si possono definire come nuovi o innovativi rispetto a quelli del passato; b. analizzarne le principali caratteristiche linguistiche, allo scopo di determinare il significato che essi assumono nell'attuale contesto mediale.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il corso è suddiviso nelle seguenti unità didattiche:

- Panoramica sui nuovi media: viene condotta un'indagine preliminare su quali sono i contenuti che, sui principali mezzi di comunicazione contemporanei, ci appaiono come nuovi. Vengono altresì presentate alcune linee provvisorie di lettura delle loro caratteristiche e del tipo di pratiche comunicative che essi propongono. Questi contenuti vengono utilizzati come esempi su cui mettere in pratica le teorie presentate nel resto delle lezioni.

- Rimediazione: il funzionamento dei nuovi media viene dunque inquadrato dal punto di vista teorico. Il primo genere di teorie che vengono presentate sono quelle estetiche e sociologiche, legate alla cosiddetta remediation, che riflettono sulle dinamiche di cambiamento del sistema complessivo dei media e delle nostre società, quando compare un nuovo mezzo di comunicazione.
- Intermedialità: il linguaggio dei nuovi media viene invece analizzato facendo riferimento alle teorie circa il funzionamento delle forme di testualità cosiddette intermediali, dedicando un'attenzione particolare alla televisione contemporanea, in quanto medium predominante della nostra società.
- Transmedialità: si passa poi ad analizzare le strategie comunicative intermediali che si basano sul transmedia storytelling, una tecnica di narrazione - molto di moda oggi - incentrata sull'utilizzo contemporaneo o differito di diverse piattaforme mediatiche.
- Convergenza: tutte le dinamiche comunicative sin qui descritte vengono dunque inquadrate dal punto di vista della teoria della cosiddetta convergenza, che si pongono l'obiettivo di comprendere quali sono le conseguenze del funzionamento di quelli che oggi possiamo definire come nuovi media, nei vari ambiti della nostra vita civile (economico, politico, culturale, educativo, psicologico).
- Semiotica dell'esperienza mediale (prima e seconda parte): poiché una delle teorie di fondo del corso è che i nuovi media ci appaiono tali perché ci propongono esperienze medialità che ci sembrano nuove, viene presentato un modello semiotico del concetto di esperienza mediale e si cerca di capire quali sono le peculiarità delle esperienze che ci vengono proposte, appunto, dai nuovi media.
- Web serie: a testimonianza della complessità assunta dal sistema dei media contemporaneo, viene preso in considerazione il funzionamento del mondo della serialità audiovisiva on line, per mostrare le peculiarità di questo genere di prodotti, ma anche il modo in cui essi si appoggiano alle forme di testualità più tradizionali, come per esempio quelle dei programmi televisivi.
- Nuove frontiere: infine, viene effettuata una panoramica sulle ultime novità dal mondo del transmedia storytelling, che al momento viene visto come la frontiera più avanzata della sperimentazione mediatica contemporanea. Si fa riferimento al panorama italiano, in modo che gli studenti possano conoscere realtà vicine, a cui eventualmente avvicinarsi nella ricerca di un lavoro.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO ESAME E CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Gli esami si svolgeranno seguendo le attuali normative dell'Ateneo secondo le disposizioni dei criteri di attribuzioni previsti.

MATERIALE DIDATTICO

Il materiale fornito dal docente risulta esaustivo al superamento dell'esame.

Il corso fa riferimento ai seguenti testi:

- J.D. Bolter, D. Grusin, Remediation. *Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, Roma, 2002
- H. Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007
- H. Jenkins, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Milano, 2013
- Santangelo, *Le radici della televisione intermediale. Comprendere le trasformazioni del linguaggio della tv*, Aracne, Roma, 2012