



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Laboratorio 7 - Digital Media Research

1920-3-E4001N107

Obiettivi formativi

Il laboratorio si propone di conoscere e comprendere come i media digitali stanno trasformando il mondo della comunicazione. Durante il corso verrà analizzato lo sviluppo storico, tecnologico e sociologico che ha portato al panorama digitale contemporaneo. Oggetto del laboratorio saranno molti dei campi in cui le nuove tecnologie si interfacciano con la produzione culturale: ogni volta che una nuova applicazione, un nuovo sito, un nuovo social network emerge emergono anche differenti pratiche sociali, che cambiano profondamente l'uso della rete. Attraverso lezioni frontali e la presenza di numerosi ospiti provenienti dalle professioni del digitale l'obiettivo è cercare di fare luce su uno dei settori che sta cambiando più velocemente e radicalmente il panorama politico e sociale contemporaneo. Nel corso di quest'anno, in particolare, si affronteranno specificatamente lo sviluppo delle tecnologie VR per videogiochi e non, l'influenza dei meme e della comunicazione digitale nell'affermarsi dell'alt-right, e il ruolo di Wikipedia nel proporsi come un'alternativa per l'informazione ai social network.

Contenuti sintetici

Sociologia della tecnica, Comunicazione politica digitale, Videogiochi e Vr, Wikipedia e social media.

Programma esteso

Sociologia della tecnologia

Politicamente corretto e internet

Lavorare con le tecnologie digitali

Sociologia dei videogiochi

Tecnologie Vr

Meme e Alt-right

Wikipedia

Public shaming

Esame finale e presentazioni

Prerequisiti

Metodi didattici

Presentazioni powerpoint

Modalità di verifica dell'apprendimento

Sono previste presentazioni degli studenti e una prova finale.

Testi di riferimento

Nagle, A. (2018) Contro la vostra realtà. Come l'estremismo del web è diventato mainstream, Luiss press.

Lolli, A. (2017) La guerra dei meme, Effequ, Orbetello

Gambetta, D. (2018) Datacrazia. Politica, cultura algoritmica e conflitti ai tempi dei big data, D Editore, Milano.
