

SYLLABUS DEL CORSO

Didattica dei Media

2223-3-E2001R065

Titolo

DIDATTICA DEI MEDIA

Argomenti e articolazione del corso

Il corso di Didattica dei Media si articola in due parti:

- la prima ("Oltre la media literacy") è finalizzata a fornire nozioni, categorie e strumenti utili a acquisire uno sguardo consapevole e competente sui media degli ultimi due secoli e sulle logiche culturali che hanno scandito la loro evoluzione e le trasformazioni della stessa ontologia sociale. Il tutto prospettando modelli educativi e strategie formative funzionali a ripenare operativamente il concetto di cittadinanza nei contesti post-mediali.
- la seconda ("Pensiero narrativo ed Ecologie post-mediali"), nell'a. a. 2022-2023, si prefigge di indagare le basi (neurofisiologiche e culturali) del pensiero narrativo, cercando di gettar luce sul complesso e inestricabile nesso tra comunicazione e persuasione entro cui va ripensata la stessa nozione di informazione. L'analisi dello storytelling strategico costituirà il contesto e il pretesto per rileggere le potenzialità e i limiti degli ambienti post-mediali alla luce dell'istinto narrativo che contraddistingue la specie Homo sapiens.

Argomenti principali:

1. OLTRE LA MEDIA LITERACY

- Storia culturale dei media di massa e dei media digitali
- Ecologia (e archeologia) dei media: una prospettiva epistemologica e pedagogica

- Lineamenti di cultura e di educazione post-mediale
- I nuovi orizzonti della cittadinanza

2. PENSIERO NARRATIVO ED ECOLOGIE POST-MEDIALI

- Pensiero logico e pensiero narrativo
- Comunicazione, informazione e persuasione
- I dati e le storie: lo storytelling strategico
- C'era una volta il futuro: narrazione e progettazione

Obiettivi

Con questo insegnamento, con una costante e partecipata frequenza alle lezioni, si intendono promuovere i seguenti apprendimenti:

- conoscenza della storia culturale dei media
- conoscenza operativa delle prospettive metodologiche per indagare l'evoluzione dei media e per valutare/stimare il loro impatto sociale
- acquisizione delle conoscenze e delle competenze necessarie e sufficienti per sviluppare un progetto di storytelling strategico

Metodologie utilizzate

- lezione frontale
- analisi cooperativa di casi di studio
- interazione e dibattito con ospiti esperti in materia
- sperimentazione partecipata di alcuni dei contesti e degli strumenti post-mediali trattati nel corso

Materiali didattici (online, offline)

Programma e bibliografia per i frequentanti

Si elencano qui di seguito i testi (per gli studenti frequentanti) rispettando l'articolazione in due parti del corso (a.a. 2022-2023).

1. OLTRE LA MEDIA LITERACY

- Ortoleva, P. (2022). "Il secolo dei media. Stili, dinamiche, paradossi". Milano: il Saggiatore.
- Rivoltella, P.C. (2020). "Nuovi alfabeti. Educazione e culture nella società post-mediale". Scholé: Brescia.

2. PENSIERO NARRATIVO ED ECOLOGIE POST-MEDIALI

- Rose, F. (2022). Il mare in cui nuotiamo. Lo storytelling strategico in un mondo governato dai dati. Torino: Codice.
- Ferretti, F. (2022). L'istinto persuasivo. Come e perché gli umani hanno iniziato a raccontare storie. Roma:

Carocci.

Programma e bibliografia per i non frequentanti

Gli studenti non frequentanti - in aggiunta al programma sopra elencato per i frequentanti - dovranno scegliere (e studiare) uno dei testi qui sotto elencati per approfondire in una tesina di 5/7 cartelle (ovvero 10.000-14.000 battute spazi inclusi) un tema a scelta.

- Parikka, J. (2019). "Archeologia dei media. Nuove prospettive per la storia e la teoria della comunicazione". Roma: Carocci.
- Pescatore, G. (a cura di, 2020). "Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV". Roma: Carocci.
- Micali, S. (2022). "Creature. La costruzione dell'immaginario postumano tra mutanti, alieni, esseri artificiali". Milano: Shake Edizioni.
- Cave, S., Dihal, K., Dillon, S. (edited by, 2020). "AI Narratives. A History of Imaginative Thinking about Intelligent Machines". Oxford: Oxford University Press.
- Blum, A. (2021). "Tubi. Viaggio al centro di Internet". Roma: Minimum Fax.
- Sandage, T. (2015). "I Tweet di Cicerone. I primi 2000 anni dei social media". Torino: Codice.

Modalità d'esame

Esame orale.

Il colloquio verterà sui testi in programma (e per gli studenti frequentanti anche sui temi e sulle questioni trattate a lezione). Gli studenti non frequentanti, oltre ai libri previsti, in sede d'esame discuteranno anche la tesina che porteranno a integrazione della loro preparazione.

La tesina va inviata al docente almeno 10 giorni prima della data dell'appello in cui si intende sostenere l'esame.

Orario di ricevimento

Fissare un appuntamento con il docente, scrivendo via mail all'indirizzo: stefano.moriggi@unimib.it

Durata dei programmi

I programmi rimangono validi per due anni (accademici).

Cultori della materia e Tutor

Cultori della materia:

Dott. Nicola Bruno (nicobruno@gmail.com)

Dott.ssa Pina Debbi (pina.debbi@la7.it)

Tutor:

Dott.ssa Isabella Quatera (isabella.quatera@unimib.it)

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ
