UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# COURSE SYLLABUS

# Digital Media and Consumption

**2324-3-E1601N095**

## Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di offrire una panoramica il più possibile completa sull'organizzazione sociale dei processi di produzione e consumo che caratterizzano le organizzazioni mediali, con particolare attenzione a quelle legate alle culture digitali. Attraverso l'analisi culturale delle dinamiche organizzative, economiche e comunicative di queste nuove forme di produzione e consumo, il corso mira a formare studentesse e studenti in vista di lauree magistrali o sbocchi occupazionali in questo campo.

## Contenuti sintetici

Il corso si suddivide in tre parti. Nella prima parte verrano forniti gli strumenti di base per analizzare *in chiave culturale* le forme di produzione e consumo caratteristiche delle organizzazioni mediali di vecchia e nuova generazione. Nella seconda parte ci si focalizzerà sulla nascita e le caratteristiche organizzative delle cosiddette *industrie culturali* e la loro progressiva trasformazione in *industrie creative*, fino all'ingresso dei nuovi media digitali e le nuove forme di produzione di contenuti. Nella terza parte verranno indagati alcuni studi di caso, sia attraverso una serie di lezione teoriche per inquadrare il tema, sia attraverso approfondimenti tematici seminariali che comprenderanno *projet work di gruppo* da svolgersi in aula.

## Programma esteso

Il corso si suddivide in tre parti.

Nella ***prima parte*** verrano forniti gli strumenti di base per analizzare *in chiave culturale* le forme di produzione e consumo caratteristiche delle organizzazioni mediali di vecchia e nuova generazione. Tramite una breve serie di lezioni teoriche introduttive verranno presentate le basi dell'approccio della sociologia della produzione culturale

all'analisi delle organizzazioni mediali e dei processi di produzione e consumo che ne derivano. Prevalentemente attraverso la ricostruzione di un glossario fondamentale saranno affrontati i temi più generali relativi all'analisi culturale dei mondi della comunicazione e delle culture mediali.

Nella ***seconda parte*** ci si focalizzerà sulla nascita e le caratteristiche organizzative delle cosiddette *industrie culturali* e la loro progressiva trasformazione in *industrie creative*, fino all'ingresso dei nuovi media digitali e le nuove forme di produzione di contenuti. In questa parte, verranno approfonditi i principali approcci allo *studio culturale delle organizzazioni mediali* - dal neo-istituzionalismo alla sociologia delle produzione culturale - con particolare attenzione all'approfondimento di tre aree di interesse: l'esame dei *processi di produzione* interni a qeusti tipo di orgaizzazioni mediali; l'esame dei *prodotti culturali* che emergono da questo particolare tipo di produzione dei contenuti; l'esame delle *pratiche di consumo* che emergono in risposta a qesti nuovi tipi di offerta culturale. In conclusione a questa parte, verranno approfonditi alcuni aspetti peculiari delle nuove culture digitali, esaminando gli effetti dei processi di *platformization*, la nascita di nuove *sottoculture* di consumo all'interno dei nuovi ambiente digitali e, infine, il particolare ruolo di *indermediari culturali* che i moderatori delle piattaforme digitali hanno via via acquisito all'interno di qusto campo.

Nella ***terza parte*** verranno indagati alcuni studi di caso attraverso approfondimenti tematici seminariali che comprenderanno *projet work di gruppo* da svolgersi in aula. In questa ultima parte, sarà possibile concordare con il docente un lavoro di gruppo dedicato all'esame su un particolare studio di caso legato a momenti della produzione o del consumo di contenuti mediali, e verranno in ogni di caso discussi in aula, tramite una modalità seminariale, specifici casi contemporanei per mettere alla prova dell'analisi empirica il vocabolario concettuale e gli approcci analitici sviluppati nelle prime due parti del corso.

## Prerequisiti

Conoscenza di base delle principali teorie e questioni di sociologia generale.

## Metodi didattici

Lezione in classe; attività seminariale; discussione di testi e materiale audio-visuale.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Per coloro che seguiranno la quasi totalità delle lezioni erogate in aula, l’esame consisterà in una prova scritta con domande aperte (brevissimi saggi) al termine del corso, relativa ai materiali elencati in bibliografia, con la possibilità (facoltativa ovvero a scelta di studenti e studentesse) di svolgere una presentazione pubblica di un *project work di gruppo* da portare in aula durante la terza parte del corso, nelle forme specifiche concordate con il docente. In quest'ultimo caso, entrambe le valutazioni concorreranno alla definizione della valutazione finale.

Per chi non parteciperà alle lezioni in aula l’esame consisterà in una prova scritta con domande aperte (brevissimi saggi) a partire dai testi segnalati in bibliografia.

## Testi di riferimento

**Materiale discusso in aula**:
1. Hesmondhalgh, D. (2015). *Le industrie culturali*. Egea. **SECONDA EDIZIONE!! (non va bene la prima edizione)**
2. Poell, T.; Nieborg, D. B. & Duffy, B. E. (2022). *Piattaforme digitali e produzione culturale*. Minimum fax Edizioni.

**Materiale non discusso in aula**:
1. Hesmondhalgh, D. (2015). *Le industrie culturali*. Egea. **SECONDA EDIZIONE!! (non va bene la prima edizione)**
2. Poell, T.; Nieborg, D. B. & Duffy, B. E. (2022). *Piattaforme digitali e produzione culturale*. Minimum fax Edizioni.
3. Mazzini, F. (2023). *Hackers. Storia e pratiche di una cultura.* Laterza, Bari-Roma.

## Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI