UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Media Studies

2324-3-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 pedgogica

- 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
- aquisizione 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 constesti e degli stumenti post-mediali trattati nel corso

Materiali didattici (online, offline)

Programma e bibliografia

Si elencano qui di seguito i testi rispettando l'articolazione in due parti del corso (a.a. 2023-2024).

1. OLTRE LA MEDIA LITERACY

- Ortoleva, P. (2022). "Il secolo dei media. Stili, dinamiche, paradossi". Milano: il Saggiatore.
- Manovich, L. (2023). "Cultural Analytics. L'analisi computazionale della cultura". Milano: Raffaello Cortina.

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.

Modalità d'esame

Esame orale.

Il colloquio verterà sui testi in programma.

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:

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ